

دراسات في الإعلام الإسلامي

« ١ »

استراتيجية الإعلام الإسلامي

دكتور/ جمال النخاس

الطبعة الأولى

حقوق الطبع محفوظة

١٤١٦ هـ - ١٩٩٥ م

دراسات في الإعلام الإسلامى

« ١ »

استراتيجية الأعلام الإسلامى

دكتور/ جمال النجلاء

الطبعة الأولى

حقوق الطبع محفوظة

١٤١٦ هـ - ١٩٩٥ م

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

المقدمة

أهمية البحث :

ازدادت البحوث والدراسات - في الآونة الأخيرة - التي تهتم بالبحث في مختلف جوانب الإعلام الإسلامي ، وأكدت هذه البحوث والدراسات الإعلامية أن الإعلام الإسلامي أصبح علما له خصائصه المميزة ، ونظرياته المستقلة ، وأنه ليس مجرد وجهات نظر إسلامية في سياسات أو برامج إعلامية دينية تنشر أو تذاع في وسائل الاعلام في البلاد الإسلامية كما يدعى البعض .

وإذا كان الإعلام بوجه عام أصبح سلاح العصر الحاضر بلا منازع ، وأن الأسلحة المادية الأخرى تكاد أن تفقد فاعليتها ، في عالم يموج بالتيارات الفكرية والصراعات الحضارية ، وأصبح الصراع الدائر الآن على الساحة الدولية والإقليمية والمحلية صراعا إعلاميا بالدرجة الأولى فإن على المسلمين أن يتقنوا كيفية استخدام هذا السلاح الاعلامي الفعال واثقان فنونه وآلياته ، وتقنيته ، وكيفية توظيفه لخدمة قضايا المسلمين وتحقيق أهدافهم ، وصيانة حقوقهم أو التعبير عن وجودهم .

فلا يمكن أن تتحقق أهداف الدعوة الإسلامية على المستوى المحلي أو العالمي بدون استخدام الإعلام وتقنياته والسيطرة على وسائله وفهم أبعادها ، فأعداء الإسلام يتربصون بنا من خلال حملات التشويه والتنفير

والدعاية المضادة والدراسات النفسية والاجتماعية التى يقصد بها الإساءة إلى الإسلام كدين وإلى المسلمين كشعوب .

والإعلام الإسلامى بلغة العصر لا يعدو إلا أن يكون امتدادا للدعوة الإسلامية التى انبثقت من شبه الجزيرة العربية تحمل رسالة الإسلام ومضامينه الفكرية والعقدية ، وانداحت فى أرجاء الأرض تبشر بهذا الدين الجديد بالكلمة الطيبة والصدق فى القول والعمل والمجادلة بالتي هى أحسن وليس باستخدام القوة أو الإرهاب الفكرى أو عمليات غسل المخ أو القمع والإذلال الذى مارسه أتباع بعض المذاهب الضالة . أو العقائد المشوهة أو الدعوات المغرضة ، وذلك انطلاقا من قول الله عز وجل : « أدع إلى سبيل ربك بالحكمة والموعظة الحسنة وجادلهم بالتي هى أحسن » (النحل ١٢٥) وقوله : « لا إكراه فى الدين قد تبين البطلان من القى » (البقرة ٢٥٦) .

وإذا تفررت صلة الإعلام الإسلامى بالدعوة الإسلامية ، فإن النموذج بالإعلام الإسلامى ، والعناية بدراساته والتأصل النظرى والتطبيق العملى له ، أصبح ضرورة عصرية ، وضروره فعالة بوجوبها الدين ، وتفتنيتها بطروف الأمة الإسلاميه ، للتعبير عن أصالتها وفكرها ووجودها وسياساتها وأهدافها ، فى عالم جديد تصطرع فيه الأفكار والمذاهب والأهداف ، الاجتماعية والاقتصادية والفنية والعقدية .

والإسلام دين الإنسانيّة والدعوة الإلهية ، ونظام البشرية المتميز لذلك كان لابد أن يتميز إعلامه بسمات خاصة ، وأن يكون فى مستوى دعوته : دعوة الحق ودعوة التوحيد الخالص ، كما أن الإعلام العربى فى مستوى **صالح العربيين القومية والعنصرية والوطنية**

والإعلام الإسلامى هو مسئولية تقع على عاتق كل مسلم ، انطلاقا من

الأمانة التي حملها الإنسان ، وما زال يحملها إلى يوم الدين ، أمانة الكلمة ، أمانة التبليغ ، أمانة الصدق والإبانة والإعلام عن هذا الدين وإنها مسئولية ضخمة على كل مسلم أدرك نصيبا من العلم بوجه عام ، وعلى المهتمين بقضايا العالم الإسلامي بخاصة من الدعاة والإعلاميين والحكام أو القادة ، والمؤسسات والأجهزة الدينية والعلمية .

فالمهمة التي أنى بها محمد صلى الله عليه وسلم مهمة إعلامية بالدرجة الأولى ، فالإسلام دين شامل ، وهو الدعوة العالمية الكبرى التي بعث بها سيدنا محمد صلى الله عليه وسلم لتكون نظام الإنسانية الكامل في حياتها الروحية والمادية في كل زمان ومكان ، وعلى ذلك فإن دعوة الإسلام لا تقتصر على طائفة معينة أو مجلس خاص ، أو طبقة دون أخرى ، فهي لكل الأمم وكل الشعوب ، وبهذا لا بد من الأخذ في الاعتبار عند التخطيط للإعلام الإسلامي كافة الشرائع الجماهيرية ، وكل فئات الرأي العام المحلي والاقليمي والعالمي .

حيث نجد في هذه الآية الكريمة عالمية الدعوة الإسلامية : « يا أيها النبي إنا أرسلناك شاهداً ومبشراً ونذيراً ، وداعياً إلى الله بإذنه وسراجاً منيراً » إذا تأملنا هذه الآية الكريمة نجد أن الإعلام كان له دور عظيم في إنطلاق دعوة الإسلام ونشر مبادئه . بل تكاد المهمة التي كلف بها الله رسوله محمداً صلى الله عليه وسلم مهمة إعلامية بالدرجة الأولى تتضح من هذه الآيات : « إن عليك إلا البلاغ » سورة الشورى ٤٨ وقوله تعالى : « ما على الرسول إلا البلاغ » المائدة ٩٩ « لست عليهم بمسيطر » الفاتحة ٢٢ . « فإما عليك البلاغ وعلينا الحسب » الرعد ٤٨ .

ومن هنا أدرك الرسول عليه السلام فعالية الكلمة ووقعها وتأثيرها على النفوس ، فراح يبشر الدعوة الإسلامية بالوصائل التي كانت بحاجة إليها

من لقاءات شخصية وجماعية وإرسال البعث والكتب إلى الملوك والأمراء خارج الجزيرة العربية ، وتبعه من بعده الخلفاء الراشدون والصحابه والتابعون مع توالى الزمن ومر العصور .

وهذا البحث الذى تقدمه فى هذه الصفحات يتناول أهمية وضع استراتيجية للإعلام الإسلامى ، ويتناول رؤية مستقبلية يفيد منها الإعلام الإسلامى فى إنجاز أهدافه والقيام بدوره على أكمل وجه . وأحسن صيغة لأنه من الملاحظ أن الإعلام الإسلامى يعمل فى إطار فردى غير قائم على الترابط والتخطيط بين القائمين به .

مما يجعله غير فعال وغير مؤثر أو غير قادر على تبليغ رسالته والأهداف المخطوة به ، رغم ما تملكه الدول الإسلامية من إمكانات فنية وعلمية وتقنية وشبكات إعلامية واسعة النطاق ، وكوادر إعلامية تستطيع إذا أتيحت لها الفرصة والتخطيط الفعال أن تقدم الإعلام فى بساطته الأولى ، وأن تقدم قضاياها إلى الجماهير المتعطشة إلى التعرف على مبادئ الإسلام السمحة وإلى تلك الجماهير التى تحمل أبسط الحقائق الإسلامية ، والتى استطاعت الدعاية المغرضة ضد الإسلام أن تشوه أفكاره وحقائقه لتنفّر العقول من تقبل الإسلام كدين وكفكر ومنهج حياة .

فالإعلام الإسلامى القائم على الدراسة والتخطيط الجيد قادر على أن يقوم بدور كبير فى تصحيح الأفكار وتغيير المفاهيم وتكوين الرأى العام السليم ، وتهيئة الجو الصالح للناقشة والحوار ، فالإعلام بوجه عام عامل أساسى وعنصر فعال فى نشر الأفكار وبث المعلومات ، وتربية الدش وخلق الشخصية المعتدلة ، وهذه رؤية من الممكن أن تقدم بعض التوجيهات والرؤى التى يفيد منها الإعلام الإسلامى فى تطور إمكاناته والتعرف على

أحدث الوسائل والنظم التى تؤثر فى الجماهير والتعرف على اتجاهاتها والوصول إليها بسهولة ويسر .

دوافع اختيار البحث :

وقد دفعنى إلى الاهتمام بوضع استراتيجية للإعلام الإسلامى والاهتمام بهذا البحث هو غير الباحث الشديدة على هذا التخصص والتفكير المستمر فى مستقبل هذا العالم الإسلامى وسط هذه التحولات الكبرى التى يشهدها العالم المعاصر ، والتى شملت كل ألوان النشاط الإنسانى فى مختلف مجالاته ونظمه سواء أكانت نظاما سياسية أو أوضاعا اجتماعية أو مناهج فكرية وثقافية أو وسائل إعلامية أو اكتشافات علمية وغيرها . مما يجعلنا نتساءل أين نحن من هذا التقدم العالمى أو من هذا الطوفان الفكرى والتقنى ؟ وما هو دور الإعلام الإسلامى فيه ؟ وهل من سبيل إلى أن يكون لنا نحن المسلمين إسهام فى توجيهه بما يعود بالخير على عالمنا الإسلامى ، وعلى المجتمع الإنسانى كله ، وهل لدينا من الوسائل والإمكانات الاعلامية تجعلنا نهض بهذا العبء ونؤدى هذه الرسالة الاعلامية الخطيرة ، أم أننا سنظل فى ساحة المتفرجين ننظر إلى ما يموج به العالم من تقدم فكرى وإعلامى نظرة الحالم المبهور .

من هنا رأى الباحث أن هناك حاجة ملحة لوضع استراتيجية بعيدة المدى للإعلام الإسلامى تسهم فى جذب الملايين من الملتقين الرسالة الاعلامية الإسلامية ، وتساعد الاعلاميين فى إنجاح هذه الرسالة ، بفاعلية وكفاءة .

وذلك بعد أن ازدادت خطوة الاعلام العالمى الموجه إلى العالم الإسلامى واتسع نطاقه ، وتعددت جوانبه وتزايدت هجماته الشرسة على المجتمع الإسلامى وحضارته ووجهت التهم إلى الاسلام وأهله ، وصور

العالم الإسلام بالتخلف والجمود ، وإراقة الدماء والارهاب في شتى صوره .

وإذا كان الاعلام المعادى للإسلام يستخدم الأرقام الصناعية التي تدور حول الأرض ، وتستخدم في الاتصالات العالمية ، فن واجب الاعلام الإسلامى أن يستثمر هذه المخترعات الجديدة لخدمة الإسلام ومبادئه وأهدافه ويساهم في إعداد المسلم إعداداً كاملاً ومتوازناً على أسس منهجية وسليمة بحيث يقوم بإعلامه وتعليمه وتبصيره بأركان دينه وجوهره وعظمته ليتمثل المسلم تاريخ الدعوة الإسلامية وأبطالها ومعطيائها ، وبذلك يكون الاعلام الإسلامى أداة يعطى الدعوة الإسلامية فرصة مواتية لتحقيق عالميتها ولابلغ رسالتها إلى جميع أركان المعمورة (١) .

لذلك كان لابد من التفكير في إيجاد إعلام إسلامى على نفس مستوى الاعلام المعادى ليذب عن حياض المسلمين ، ويكشف النقاب عن ما يحاك ضدهم ، ويبيت لهم من غدر وخديعة ، ويرد المجتمع هبة وأهميته ، وللأمة الإسلامية مكائنها بين الأمم .

وإن كانت هناك محاولات جادة في هذا السبيل في معظم البلاد الإسلامية تتم عن نوايا طيبة في التمسك بالأصالة والرجوع إلى منابع الدين الحنيف ، وتوجهات صحيحة نحو الهدف الذى ترنو إليه الشعوب الإسلامية ولكن لا تزال الإمكانيات دون المستوى ، حيث النقص الشديد فى الأجهزة الاتصالية عالية الكفاءة والكوادر المدربة التى تمتلك القدرة على مواجهة الهجمات الإعلامية والدعائية الشرسة التى تتوجه إلى عقل كل مسلم ، وتوجهه الوجهة التى تريدها .

(٢) د : إبراهيم إمام ، أصول الاعلام الإسلامى ، القاهرة : دار الفكر العربى ١٩٧٧ ، ص ٥٦ .

إضافة إلى ذلك عدم استخدام أساليب التخطيط العلمية من أبحاث وإحصاءات، ودراسات ميدانية لتحديد الجمهور والأهداف والوسائل المستخدمة، والمعلومات الكافية عن كل جمهور وكل فئة من الفئات، ولكن لا يلبغى في هذا الإطار أن نفعل وجود صحوة إعلامية إسلامية تتمثل في شكل صحف ومجلات ومحطات إذاعية ومشاريع طموحة من أبرزها إطلاق قرصناعى مشترك بين الدول الإسلامية، والذي أوصى بأهميته المؤتمر الثانى لوزراء إعلام الدول الإسلامية الذى عقد فى القاهرة فى رجب ١٤١٢ ١٧ يناير ١٩٩١ م، فقد صرح وزير الإعلام المصرى صفوت الشريف فى مجلة المصور عدد ٣٥١٠ الصادر فى ١٧ يناير ١٩٩١ م أنه : « لا بديل أمامنا اليوم عن ضرورة الاعتماد على الذات اعتماداً كاملاً ، وذلك من خلال تدعيم الأجهزة الاعلامية التى تنشر الخبر الإسلامى، والمعلومات الأساسية عن كل النشاطات الإسلامية داخل العالم الإسلامى ، وعلى متابعة أخباره ونشاطاته من خلال أجهزة إعلام موحدة قوية تغنيه عن الاعتماد على الأخبار العالمية ، التى تأكد لنا أنها لا تولى هذه الأخبار الاهتمام المطلوب إعلامياً ، أو التى قد تلجأ إلى تشويهها أو تلوينها عند تناولها خدمة لأهدافها الاستراتيجية » .

ويجب أن تضطلع أجهزة الاعلام الإسلامية بمسئولية تزويد الرأى العام العالمى بأخبار ونشاطات العالم الإسلامى الصادقة والصحيحة بحيث تكون مرجعاً له إذا ما أراد أن يتعرف على كنه هذه القضايا ، وما من شك فى أن هذا يتطلب بدوره دعم وكالة الأنباء الإسلامية بالإمكانات البشرية والمادية ، وإقامة شبكة من المراسلين عن طريق وكالات الأنباء بحيث تمد الوكالة بنشرات يومية تتولى توزيعها الدول الأعضاء فى المنظمة والعالم الخارجى .

إضافة إلى ذلك يجب دعم منظمة إذاعات الدول الإسلامية ، وذلك

باستخدام تكنولوجيا الاتصال والاعلام الحديثة ، والدخول في الأفرار الصناعية والعمل على إنشاء إذاعة إسلامية دولية موجبة ذات شخصية مستقلة توجه رسالتها للعالم أجمع وكذلك إنشاء قناة تليفزيونية إسلامية دولية ، باستئجار إحدى القنوات الفضائية أو بإطلاق قر صناعى إسلامى ومن الأهمية بمكان أن يتم إنشاء بنك للمعلومات الإسلامية يوفر لكل أجهزة الإعلام الإسلامى العاملة فى الدول الإسلامية المعلومة الصحيحة والصادقة عن كل نشاطات العالم الإسلامى وأهم أحداثه . بعد ما تأكد أن مصادر الأخبار العالمية الممثلة فى وكالات الأنباء وشبكات الاتصال الكبرى والأقمار الصناعية لا تولى أخبار العالم الإسلامى، الاهتمام المطلوب إعلاميا . إن ربط الإعلام بالإسلام ضرورة تفرضها طبيعة تأثير الإسلام فى نفوس المسلمين وفرضها التسليم بأهمية تأثير خلفيه المستقبل المسلم الحضارية فى عملية تقبله للرسائل الإعلامية وانفعاله بها (١) .

لقد أصبحنا فى حاجة إلى إعلام إسلامى يعمل على إعادة بناء الإنسان المسلم الذى خضع لشرس تخطيط لتفريجه وإفقاذه صلته بأصوله ولغته وعقيدته وقيمه وتراثه وحضارته ، ابتداء بالاستعمار والاحتلال العسكرى وما فرضه على الأمة الإسلامية من نظم تعليم ومعاملات وممارسات ثقافية وغيرها تبعدها عن مصادر أصالتها وقوتها ونشر بها التخلف والتبعية الدائمة لاحتلها ، وانتهاء بالاستعمار الجديد الاقتصادى والمذهبى والثقافى والأعلامى الذى يسعى لتكريس التبعية والقضاء على أية قوة تعيد هذا الإنسان عماد هذه الأمة وأملها فى التقدم قوته وإنطلاقه .

لا بد من إعادة بناء الإنسان المسلم الذى خربته هذه المخططات الخبيثة

(١) د . محمود شريف ، نحو إعلام إسلامى عربى ، القاهرة . دار الثقافة للطباعة والنشر ، ١٩٨١ ، ص ٢٤

والمآثره على قيم الإسلام ، تلك القيم المستكنه في جوانبه الكامنة في ضمائره ولا بد من أسلوب إعلامي جديد يسهر على تجليه هذه القيم وإعطائها الفرصة لتكون قيا موجهة وفاعله في الحياة . فهي جدیره بتحقيق التنمية والعمارة من حث على العلم والعمل إلى الارتقاء بالعمل إلى أرقى العبادات وربط العلم بتحقيق النفع للمجتمع ، وربط الفرد بالمجتمع حتى يكون الإسلام منهج حياته وموجه سلوكه . ومرجه الأول والآخر في ديننا ودينه (١) .

ومن هنا أصبح الكشف عن استراتيجية للإعلام الاسلامى ، مهمة إعلامية وإسلامية بالدرجة الأولى .

(١) جريدة الوفد مقال بعنوان بناء الإنسان المسلم على قيم الإسلام ،
أحمد أمين فؤاد - ٩ يولييه ١٩٩٣ م .

مكونات البحث

وقد احتوى هذا البحث على مقدمة وثلاثة فصول :

الفصل الأول : بعنوان مفهوم الإعلام الإسلامى .

الفصل الثانى : بعنوان الإعلام الإسلامى واقعه وأهدافه .

الفصل الثالث : بعنوان مكونات العملية الاتصالية فى الإعلام الإسلامى

الفصل الرابع : بعنوان استراتيجية الإعلام الإسلامى .

الخاتمة والتوصيات والمراجع والملاحق .

الفصل الأول

مفهوم الإعلام الإسلامى

ما الإعلام ؟

أصل كلمة إعلام أنها مصدر من أعلم ومعناها وضع علامة على الشيء لظلماره وإبرازه وأعلم الفارس جعل لنفسه علامة الشجعان واستعمله الخبر أعلمه إياه ، ويقال أيضا تعلم بمعنى أعلم (١) ، والإعلام في اللغة التبليغ أيضا يقال بانعت القوم بلاغا أى أوصلتهم الشيء المطلوب يقول الله تعالى « ولقد وصلنا لهم القول لعلهم يتذكرون » القصص آية ٥٩ والبلاغ ما يبلغك ويوصلك في الحديث « الشريف بلغوا عنى ولو آية » فاعلم وبلغ وبين وأوصل تعنى إشاعة المعلومات ونشرها وتعميمها ونشرها وإذاعتها على الناس فاعلم معناها أخبر (٢) .

والإعلام هو الذى يدرس اتصال الانسان اتصالا واسعا بأبناء جده ، اتصال وعى وإدراك ، وما يترتب على عملية الاتصال هذه من أثر ورد فعل ؟ وما يتصل بهذا الاتصال من ظروف زمانية ومكانية ونوعية وما شابه ذلك ، وثمة تعريفات للإعلام عديدة فيعرفه ريد فيلد بأنه المجال الواسع لتبادل الوقائع والآراء بين البشر بينما يعرفه ويفرز بأنه يشمل كافة طرق التعبير التى تصلح لتفاهم المتبادل ، ويذهب لوفندرج إلى القول بأن الإعلام هو فئة فرعية للتفاعل ، أى أنه شكل من أشكال التفاعل الذى يتم بفضل استعمال الرموز ، وهذه قد تكون على شكل إشارات أو حركات أو رسوم أو نحت أو كلمات ، أو أى رمز آخر يمكن أن يدفع إلى سلوك ،

(١) محمد ابن أبى بكر عبد القادر الرازى ، مختار الصحاح القاهرة د . ت .

(٢) د . إبراهيم إمام ، أصول الإعلام الإسلامى ، مرجع سابق ص ٤١ .

لم يكن هذا السلوك يتأثر بالرمز بعيدا عن الظروف المحيطة بالشخص المستجيب أى المتلقى (١).

وبفارق الكتاب الغربيون بوجه عام بين مصطلح الاعلام والاتصال على أساس أن الاعلام يعنى تزويد الجماهير بالأخبار الصحيحة والمعلومات السليمة والحقائق الثابتة التى تساعد على تكوين رأى عام سليم فى مشكلة من المشاكل أو واقعه من الوقائع بحيث يعبر هذا الرأى تعبيرا موضوعيا عن عقلية الجماهير واتجاهاتها وميولها ، أما الاتصال فيعنى عملية نقل وتبادل الأفكار والآراء والمعلومات بين طرفين أو من طرف إلى آخر يشترك معه فى نفس العملية ، أو هو كما يقول هوفلاند : أن الاتصال يعنى العملية التى ينقل بمقتضاها الفرد القائم بالاتصال منبهات هادة رموز لغوية لكى يعدل سلوك الأفراد الآخرين مستقبلي الرسالة .

فاصطلاح الاتصال حينما يستخدم ، فإنه يتناول أى ظرف يتوافر فيه مشاركة عدد من الأشياء فى أمر معين ، فهو يتضمن كل العمليات التى تؤثر بمقتضاها الناس على بعضهم البعض ، كما تقول الدكتورة جيهان زشتى إن الاتصال هو العملية التى يتفاعل بمقتضاها مستقبل ومرسل الرسالة وكائنات حية أو آلات ، فى مضامين اجتماعية معينة ، وفى هذا التفاعل يتم نقل أفكار ومعلومات منبهات بين الأفراد عن قضية معينة أو معنى محدد أو واقع معين (٢) .

هذا فى حين نرى الكتاب المصريين والعرب يستعملون مصطلح

(١) د . محمد سيد محمد ، المسئولية الإعلامية فى الإسلام ، الخانجي القاهرة

ط ١/ ١٩٨٣ ص ٢٨

(٢) د . جيهان زشتى ، الأسس العلمية لنظريات الإعلام ، الفكر العربى

١٩٧٥ ، ص ٤٣ - ٤٤

الاعلام ، ويقصدون به الاتصال ، ولا يفرقون بين هذين المصطلحين
فيقولون وسائل الاعلام على الصحف ، والاذاعة ، والراديو ، والاذاعة
المريمية ، والتلفزيون ، ، والسينما وأية وسيلة أخرى ، فكثير من الكتاب
يتساهلون في استعمال الاعلام مكان الاتصال ، بينما يفرقون بين الاعلام
والدعاية والاعلان ، مع أن هذا الاستعمال قد أصبح من الأخطاء الشائعة ،
ذلك لأن هذه الوسائل وغيرها من الوسائل المقررة أو المسموعة
أو الوسائل التي تجمع بين الصوت أو الصوت والصورة مثل السينما
والتلفزيون هي في واقع الأمر وسائل وأدوات للاتصال ، بمعنى أن
استخدامها لا يقتصر فقط على مجرد الاعلام بمعنى نقل المعلومات
والاخبار بل هي وسائل تستخدم في الاتصال بجمهور عريضة في أماكن
شتى ، وتنقل لهم العديد من الرسائل في أنواع وأشكال مختلفة ولأغراض
مختلفة ، حيث يمكننا من خلالها وبواسطة نقل الأفكار والآراء
والمعلومات وجميع الأنشطة والوظائف الإعلامية كالترفيه والتوجيه
والارشاد وغير ذلك .

ما الاعلام الاسلامي ؟

والاعلام الاسلامي هو الذي يلتزم دائما بقيم الاسلام ومبادئه
ومبادئه كما أنه يعبر عنها في كل ما يقدمه للناس من معلومات واقعية
أو عناصر خيالية (١) .

ويعرف الاعلام الاسلامي بأنه الاعلام الذي يهدف إلى تزويد الجماهير
بصفة عامة بحقائق الدين الاسلامي المستمدة من كتاب الله وسنة رسوله
صلى الله عليه وسلم بصورة مباشرة أو غير مباشرة من خلال وسيلة إعلامية

(١) د . إبراهيم إمام ، أصول الإعلام الإسلامي ، مرجع سابق ، ص ١٤

دينية متخصصة أو عامة بواسطة قائم بالاتصال لديه خلفية واسعة ومتممعة في موضوع الرسالة التي يتناولها، وذلك بغية تكوين رأى عام صائب يعنى الحقائق الدينية ويدركها ويتأثر بها في معتقداته ومعاملاته (١) .

ويعرفه باحث آخر بأنه عملية الاتصال التي تشمل جميع أنشطة الاعلام في المجتمع الإسلامى، وتؤدى جميع وظائفه المثلث الاخبارية والإرشادية والتربوية على المستوى الوطنى والدولى والعالمى، وتلتزم بالإسلام فى كل أهدافها ووسائلها، وفيما يصدر عنها من وسائل ومواد إعلامية وثقافية وتربوية، وتعتمد على الاعلاميين الملتزمين بالإسلام قولا وعملا وتستخدم جميع وسائل وأجهزة الاعلام المتخصصة والعامة (٢) .

ويعنى أيضا بيان الحق وتزينه للناس بكل الطرق والأساليب والوسائل العملية المشروعة، مع كشف وجوه الباطل وتبيحه بالطرق المشروعة بقصد جلب العقول إلى الحق وإشراك الناس فى خير الإسلام وتوحيده وإبعادهم عن الباطل وإقامة الحجة عليهم (٣) .

والأصل فى الاعلام الإسلامى أنه الاعلام العام غير المتخصص لمجتمع مسلم أو دولة مسلمة أو حكومة مسلمة، ولكن الواقع المعاصر لمجتمعاتنا الإسلامية يحتم القول بأن الاعلام الإسلامى فى ظروفنا

(١) د محيى الدين عبد الحليم، الإعلام الإسلامى وتطبيقاته العمالية مكتبة الخانجي القاهرة ١٩٨٠ م، ص ١٣٧ .

(٢) محمود كريم سليمان، التخطيط الإعلامى فى ضوء الإسلام، القاهرة دار الوفاء ١٩٨٨ ص ٦٣ .

(٣) د . عمارة نجيب، المدخل لدراسة الاعلام الإسلامى، القاهرة دار الماروق للطباعة ١٩٨٢، ص ١٦٦ .

المعاصرة هو صورة من صور الاعلام المتخصص وهو الاعلام الدينى (١).

والاعلام الاسلامى يعنى أيضا استخدام منهج اسلامى بأسلوب فنى اعلامى ، يقوم به مسلمون عاملون بدينهم متفهمون لطبيعة الاعلام ووسائله الحديثة ، وجاهيره المتباينة ، يستخدمون تلك الوسائل المتطورة لنشر الأفكار المتحضرة والأخبار الحديثة والقيم الأخلاقية والمبادئ والمثل للمسلمين المسلمين فى كل زمان ومكان فى إطار الموضوعية التامة بهدف التوجيه والارشاد لاجداث التأثير المطلوب (٢).

ولا خلاف على أن الاعلام الاسلامى ، هو الاعلام الذى يستمد مقوماته الأساسية من تعاليم الاسلام ، ويستخدم الجهود الفنية والعلمية المنروسة ووسائل الاعلام الحديثة فى نشر الأفكار والمعلومات الصادقة التى تعمل على تكوين رأى عام يدرك حقائق الدين الاسلامى ، ويتأثر بها فى معتقداته وسلوكه ومعاملاته ، وإذا كان لفظ الاعلام بهذا الاصطلاح حديثا فإن مضمونه قديم قدم البشرية كلها ، وإذا تطورت وسائله فى أيامنا ، فإن وجوده لازم لظهور الدعوات والأفكار والرسالات ، وكل دعوة أو فكرة أو فلسفة لها اعلامها الخاص ووسيلتها المتميزة (٣).

(١) د. محمد سيد محمد ، المسؤولية الإعلامية فى الإسلام ، مرجع سابق ، ص ٣٦ .

(٢) د. عبد الوهاب محمد ، الاسس العلمية والتطبيقية للإعلام الإسلامى ، القاهرة عالم الكتب ٢٩٨٥ ، ص ٢٩ .

(٣) د. منير حجاب ، مبادئ الإعلام الإسلامى ، الإسكندرية المطبعة المصرية ١٩٨٢ م ، ص ١٢٢ .
الوعى الإسلامى ، عدد ٥٠ ، ص ١٢٠ ، ١٤٢٧ ،
أبريل ١٩٩٢ م .

ورسالة الإسلام هي الرسالة العامة إلى كل الخلق ، وأن الرسالات السابقة تعتبر تمهيدا للإسلام ومع هذا الترابط بين دعوات الله في الناس فإن الدعوة الإسلامية تتميز عن سائر الدعوات الإلهية بميزات نرى أنها تمثل سمات الاعلام ومنها :

١ - أن الاعلام الإسلامى وسيلة لدعوة اكتملت فيها نعمة الله ، اكتمال دعوته في العالمين ، ومناسبتها للرقى الإنسانى في أرقى مظاهره في كل زمان ومكان .

٢ - أن الاعلام الإسلامى يحقق التعادلة بين المادة والروح في الحياة الفردية والجماعية ، وبذلك يخالف الماديين الذين يتجهون إلى نيل أكبر قسط من المادة مع إغفال كثير من المعانى الإنسانية ، ويخالف الروحانيين الذين ينادون بقتل النفس بالزهد والحرمان .

٣ - إن الاعلام الإسلامى ينبع من شمول التشريع الإسلامى لأنواع الناس ولكافة مراحل تطور الانسان ، وبذلك تشمل كيان الفرد كله والمجتمع بأسره ولا تفرقه بين ذكر وأنثى ولا ميزة للون أو الجنس أو لعارض من عوارض الدنيا ، وبذلك يسعى الاعلام الإسلامى لتحقيق الاخاء والعدل والحرية والمساواة .

٤ - يراعى الاعلام الإسلامى طبيعة الإنسان ، ويتفق مع فطرته في كل أمور دينه ودنياه (١) ويخاطب العقول ويقنعها بالدليل ، دلى نقيض ما يحدث اليوم في النظريات الاعلامية الأخرى في أنحاء من ضغوط على الجماهير لاعتناق أفكار معينة ، والايان بمعتقدات جديدة وعلى نقيض

(١) أمينة الصاوى و د . عبد العزيز شرف نظرية الإعلام في الدعوة الإنبليمية القاهرة . مكتبة مهر ١٩٧٧ ص ١٩٨ - ١٩٩ .

ما يسميه عالم النفس المولندي مبرلو بأساليب قتل العقل ، وهنا يصبح الاعلام الإسلامى هو النموذج الأمثل فى تحقيق ما تدعى إليه النظريات الإعلامية من جعل الاعلام يزود الناس بالأخبار الصحيحة والمعلومات السليمة والحقائق الثابتة التى تساعد على تكوين رأى صائب فى واقعة من الوقائع أو مشكلة من المشكلات بحيث يعبر هذا الرأى تعبيراً موضوعياً عن عقلية الجماهير واتجاهاتهم وميولهم (١) .

الإعلام والدعوة والدعاية

تحدث أبحث عن ماهية الاعلام بوجه عام والاعلام الإسلامى بوجه خاص فهل الاعلام الإسلامى هو الدعوة الإسلامية ؟ أم أن هناك فرقا بينهما ؟ وما العلاقة بين الدعوة والدعاية ؟ الدعوة مشتقة من الفعل دعا يدعو دعاء ودعاؤه ودعاية بمعنى حث وطلب ورضب فدعاه إلى الأمر يعنى ساقه إليه وحثه عليه ، والدعوة الإسلامية معنيان المعنى الأول رسالة الإسلام وما تتضمنه من عقيدة وشرعية وقيم وأخلاق وسلوك ، والمعنى الثانى هو التبليغ أو إيصال هذه الرسالة إلى الناس وحثهم على فهمها والايان بها واتخاذها معياراً لسلوكهم فى الحياة .

ويقصد بالدعوة الإسلامية الدعوة إلى الله وإلى دينه الخنيف (٢) وهى الجانب التبشيرى بالعقيدة وهى تكاد توازى مفهوم الاعلام ، لأن الدعوة هى الاعلام بالإسلام والتدريـف به ، ويعد تعبير الدعوة أكثر

(١) المرجع السابق ص ٣٠٠ -

(٢) د . إبراهيم إمام أصول الإعلام الإسلامى مرجع سابق ص ٢٣ .

التعبيرات استخداما ولا سيما في الكليات الجديدة التي تنشأ في الجامعات الإسلامية تحمل اسم الدعوة (١).

ومصطلح الدعوة أقدم من مصطلح الاعلام، وكان القديما. منذ ظهور الرسول صلى الله عليه وسلم، لا يعرفون مصطلح الاعلام أو الاتصال بأنواعه الشخصى والجمعى والجاهيرى، واستخدموا مكانه المصطلح المعروف عندهم وهو مصطلح الدعوة، والدعوة إلى شىء هى الترغيب فى هذا الشىء أو بمعنى آخر الدعاية له، ويعرف الدكتور عبد اللطيف حمزة الدعوة: بأنها الجهود التى يبذلها أصحاب الأفكار الجديدة أو العقائد الجديدة أو المذاهب الجديدة ومن أعظم الأمثلة عليها الدعوة التى أتى بها الرسول صلى الله عليه وسلم لنشرها وهى دعوة الإسلام، ثم يفرق بين هذا التعريف تعريف الدعوة وبين الاعلام بأن الاعلام هو الجهود التى يبذلها الناس لتأييد هذه الأفكار أو العقائد أو المذاهب، ويقول: إن الاتصال فى الإسلام من هذه الأطوار الثلاثة الأولى طور الدعوة الإسلامية وهو خاص بحياة النبي صلى الله عليه وسلم وبه سميت جميع الجهود التى بذلها فى سبيل هذا الدين الجديد، الثانى طور الاعلام وبه سميت معظم الجهود التى بذلها الخلفاء الراشدون وهم الذين كانت حياتهم فى مجملها صورة من حياة الرسول، أو على الأقل حرصوا كل الحرص على أن تكون حياتهم كذلك، الثالث طور الدعاية، وعليه قامت الخلافة الإسلامية الأموية إلى يومنا هذا (٢).

(١) د. محمد سيد محمد المسؤولية الإعلامية فى الإسلام، مرجع سابق ص ٤٧

(٢) المرجع السابق ص ٤٨. د. عبد اللطيف حمزة الاعلام فى صدر الإسلام ط ٢، القاهرة دار الفكر العربى ١٩٧٨ ص ١٠٤، ١٠٧، ١٠٨.

وكلمة دعاية مشتقة أيضا من نفس الفعل دعا يدعو بمعنى الاستئالة والترغيب والتجيب والحث ونشر القيم والمبادئ. ورغم أن هذه الكلمة استخدمت استخداما طيبا في القرآن الكريم وأحاديث النبي ورسائله إلى المقوقس حاكم مصر، وكسرى ملك الفرس، والنجاشي ملك الحبشة، وتكررت كلمة دعاية في رسائل النبي في دعوته إلى الإسلام، وكانت كلمة الدعاية تحمل أطياب المعاني وأجملها. وظلت من الكلمات الطيبة، ولا زالت تحمل المعاني في المفهوم الإسلامي، فالدعوة في الإسلام إعلام بطريق الحق والهدى وإرشاد إلى مبادئ الدين، ومنها قوله تعالى: وداعيا إلى الله يأذنه وسراجا منيرا. أي معينا كاشفا طريق الحق والإرشاد (١).

فالدعوة تعني في الغالب نشر فكرة معينة بهدف إقناع الآخرين بها مستخدمين في ذلك الحججة والمنطق، والتفكير العلمي السليم وهذه الفكرة تكون غالبا ذات مضمون ديني أو عقائدي أو سياسي معين (٢). ويعرف أحد الدعاة الدعوة بأنها عملية إحياء لنظام من النقل والامة بها من محيط إلى محيط، والدعوة الإسلامية على هذا حركة إحياء للنظام الإلهي الذي أنزله الله عز وجل على نبيه الخاتم، هذا النظام الإلهي قد اتخذ له مجرى في الحياة الإنسانية فكان له تاريخ يحفظ للدعوة منهاجا ودعاة حملوها للناس بمنهجها الفاضل، وكان لها غايات حققت بها للبشر حياة ربانية (٣).

-
- (١) د. إبراهيم إمام - أصول الإعلام الإسلامي مرجع سابق ص ٢٧، د. حمادة نجيب الإعلام في ضوء الإسلام ط ١ الرياض ١٩٨٠ ص ١٥.
- (٢) د. السيد عليوه استراتيجية الاعلام العربي، القاهرة الهيئة المصرية العامة للكتاب ١٩٩٠ ص ١٢٢.
- (٣) د. رؤوف شلبي الدعوة الإسلامية في عهدنا المبكي، منهاجها وغاياتها القاهرة ١٩٧٤ ص ٢٠.

أما الدعاية فهي في الغالب تستخدم للترويج لوجهة نظر معينة بغرض اكتساب الانصار لها، وهي ليست إلا تسلطا على الأفراد بوضعهم أعضاء في مجتمع إبتغاء السيطرة على أفكارهم وأفعالهم وتوجيهها وجهة معينة، والدعاية لا تقول الحق دائما، ولا تجرى على وتيرة واحدة، بل تتنوع وقد تؤثر بطريقة لا شعورية وقد تجرى بالحديث وبالقدوة وضرب المثل الصالح، والدعاية تستخدم في التجارة والسياسة وفي نشر الأديان أيضا (١).

فالدعاية هي محاولة التأثير في أفكار الناس وحفزهم إلى سلوك معين مرغوب فيه من وجهة نظر القائم بالاتصال، الدعاية، أو المصدر الذي يوجه الرسالة الاعلامية، يقول: والترلمان: «إن الدعاية هي محاولة التأثير في نفوس الجماهير والتحكم في سلوكهم لأغراض غير علمية أو ذات قيمة مشكوك فيها في مجتمع ما وفي زمن معين أما الندي فريزو فيقول: «إن الدعاية نشاط أو فن إغراء الآخرين بالتصرف بطريقة معينة بحيث أنهم ما كانوا ليتصرفوا بها في حالة غياب هذه الدعاية» ويقول فريزر أيضا: «إن الدعاية ليست محدودة النطاق بمجال خاص من مجالات الحياة، رغم أن أهم مجال تستعمل فيه هو المجال الذي يتعلق بالسياسة الدولية» (٢).

وقد عرفت الدعاية منذ فجر التاريخ وكانت الخطابة اليونانية القديمة وسيلة من وسائلها، واعترف أفلاطون بقيمة الخطابة، في ميدان الدعاية السياسية وكذلك كان الشعر عند اليونان القدماء أما العرب فقد كان اعتمادهم على الشعر في الدعاية أكبر من اعتماد غيرهم من الأمم، وذلك

(١) د. السيد علوية استراتيجية الاعلام العربي مرجع سابق ص ١٧٣.

(٢) د. إبراهيم، الاعلام والاتصال بالجماهير، القاهرة - مكتبة الانجلو المصرية ١٩٧٥ - ط ٢ ص ١٢، ٢٣.

بإستثناء اليونان والرومان القدماء ، وهم الذين اتخذوا من الشعر الخائى في كل من الإلياذة والأوديسا وسيلة لإثارة الجماهير وألهاب مشاعرهم .
وأما في المجال الدينى فقد لعبت الدعاية دورا خطيرا وفي عهد البابا جريجوار السابع عقد مؤتمر للنشر الدعاية للذهب الكاثوليكي ويقال إن من هذا المؤتمر أخذت كلمة الدعاية معناها في اللغات الأوروبية الحديثة .
هذا في التاريخ الأوربي ، أما في التاريخ الإسلامى وفي الحروب الصليبية بنوع خاص فقد لعبت الدعاية دورا أهم ، حيث أن فكرة الحرب اشترك في الترويج لها فقهاء الدين عن طريق القصص الدينى ، الذى كان يلقى على الجنود في الميدان ، وكان يقوم به رجل من أخطر موظفى الدولة وهو القاضى وكما اشترك في الترويج لها كذلك الأدباء من شعراء وكتاب وخطباء أثاروا الحمية في النفوس ، واشعلوا نار العصبية الإسلامية حتى تسابق الجند إلى الاستشهاد في سبيل الله وباعوا أنفسهم رخيصة من أجله (١) .

ومنذ بداية الحرب العالمية الأولى ، وفي أثناء هذه الحرب ظهرت الحاجة ماسة إلى الدعاية السياسية ، وتطورت الدعاية حتى أصبحت علما من العلوم له قواعده وأصوله ولذلك فالدعوة تختلف عن الدعاية بمعناها الحديث على الرغم من الأصل اللغوى لكل منهما ، ذلك أن الدعاية تخاطب العواطف والمشاعر في معظم نشاطها وكثيرا ما تستند إلى الخيال وتعمل على فرض وجهة نظرها على الجماهير حتى وإن أخفت وجهة النظر الأخرى ، وتستغل سلبية الناس وتعمل على استهوائهم ، ولا تحفل بإيقاظ عقولهم وإشراكهم في الأمر وقد تشوه الحقائق وتزييف المفاهيم ، وتعيث بالآرغام أما الدعوة فليست هكذا . . بل أنها لاتنهج هذا النهج السيئ .

(١) د . عبد اللطيف حمزة - الإلهام والدعاية - جنداد جامعة بغداد

وقد اكتسبت الدعاية هذه المعاني والأوصاف السيئة بعد الحرب العالمية الثانية فشوه هتلر معناها في حربه الدعائية ضد الحلفاء على يد وزير دعايته جوبلز ونجت الدعاية بهذا ذلك منحى آخرًا خرج بها عن معناها الأصلي (١) .

ويمكن بيان الفرق بين الدعوة والدعاية في العناصر التالية :

١ - الدعوة تستعمل الخطاب المنطقي في الوصول إلى أغراضها أما الدعاية فتعمل على خلق شحنة انفعالية .

٢ - الدعوة تفترض علاقة روحية معينة وانتماء عقدياً معيناً فلا تتوجه إلا إلى شخص يؤمن أو على استعداد لأن يؤمن ، على خلاف الدعاية التي تتجه إلى شخص يقنع أو على استعداد لأن يقنع .

٣ - هذا الانتماء العقدي في الدعوة يفسر ويفرض تقبل الرسالة في كمالها وكتلياتها ، وابتداءً من هذا القبول ينبثق الإيمان بالجزئيات . على سبيل المثال فالؤمن بالإسلام لا يمكن أن يناقش لماذا يتجه بالصلة إلى الكعبة ، لأن هذه الجزئية تلبس من إيمانه بالعقيدة ، ومن ثم يرتبط بها روحياً في كليتها الأمر الذي يفرض عليه احترام الجزئيات دون مناقشة ، أما الدعاية فهي تبدأ من الاقتناع بالجزئيات لأن الدعاية منطق مفترض ، وبمجموعة من الحجج الجزئية الفرعية ، التي من خلال الاقتناع بها ، لابد أن ينتهي الفرد بتقبل وجهة نظر معينة .

٤ - هناك علاقة عاطفية ونوع من الولاء بين من تتوجه إليهم بالدعوة

(١) د . محي الدين عبد الحليم - الاعلام الاسلامي - الاصول والقواعد والاهداف بحث مقدم إلى ندوة الاعلام والإعلام المنعقد في مركز صالح كامل بجامعة الأزهر - ذي القعدة ١٤١٢ هـ مايو ١٩٩٢ م ص ٧٤ .

أما الدعاية لا تفترض أية علاقة ولاء، ولا تفترض أية علاقة روحية مسبقة بين متلقي الدعاية ومصدر الدعاية.

هـ - الدعوة تقوم على الصراحة وتسمى إلى الحقيقة ، أما الدعاية لا تتورع عن الكذب إذا كان ذلك يوصل إلى الهدف التي تصبو إليه ، وتخلق جوا من الاغراء والاستهواء بعض النظر عن الموضوع الذي ترمى إلى الاستمالة إليه (١) .

الدعاية والإعلام

والدعاية فن من فنون الاتصال بالجمهور ، ويعرف العالم السياسي الأمريكي لاسويل الدعاية : بأنها التعبير عن الآراء أو الأفعال التي يقوم بها الأفراد والجماعات عمدا على أساس أنها ستؤثر في آراء أو أفعال أفراد آخرين ، أو جماعات أخرى لتحقيق أهداف محددة مسبقا وذلك من خلال مراوغات نفسية .

ويرى ليونارد دوب العالم الأمريكي الشهير أن الدعاية هي محاولة للتأثير على الشخصية والتحكم في سلوك الأفراد والإشارة إلى الأهداف التي تعتبر غير عليه أو ذات قيمة مشكوك فيها في مجتمع ما وفي زمن معين (٢) .

وأصل كلمة الدعاية Propaganda الكلمة اللاتينية من الفعل Propagare بمعنى بذر البذور كناية عن نشر المذهب لكي تلبث بذوره وتختضر وترزهر وتتكاثر وهذا هو المعنى الاصطلاحي عند المسيحيين منذ أن أنشأ البابا

(١) د . السيد عليوه استراتيجية الاعلام العرب مرجع سابق ص ١٧٤ .

(٢) د . شاهيناز طلعت - الدعاية والاتصال - دراسة نظرية تطبيقية على الوثائق السرية البريطانية عن ثورة مصر ١٩١٩ ، القاهرة ، الانجلو المصرية ١٩٨٧ ص ١٥ - ١٦ .

أيربان الثامن مجلس الدعاية للنشر العقيدة الكاثوليكية ١٦٣٣ لمواجهة الحركات البروتستانتية المتأثرة بالعلاقات مع المسلمين منذ الحروب الصليبية ، والاحتكاك بالحضارة الإسلامية وخاصة في الأندلس وصقلية .

غير أن هذه الكلمة تلففها المسيحيون والشيوعيون والنازيون والعاشيون وغيرهم وأساءوا استخدامها ، فرؤساء المسيحيين يستخدمونها بمعنى التبشير ، فعندما ظهرت التعاليم البروتستانتية المسيحية ، وهى حركة إصلاحية متأثرة بالإسلام من حيث التوحيد ورفض التثليث وعدم الإيمان بتحول القربان من خبز ونبيذ إلى جسد المسيح ودمه باعتبارها خرافة ، قرر أحد الكرادلة الاهتمام بمسائل الاعلام والنشر ، كأدوات لإعادة الثقة إلى الكنيسة الكاثوليكية ورد لهم البروتستانتيون الاصلاحيون الصاع صاعين (١) .

ويلاحظ الاختلاف فى اتجاهات وأراء علماء الغرب فى مفهوم الدعاية من اتجاهات وأراء علماء الدول الشيوعية والديكتاتورية ، والسبب فى ذلك يرجع إلى اختلاف الأنظمة السياسية والاقتصادية المعمول بها فى كل من هذه الدول .

يعرف القاموس السياسى السوفييتى الدعاية بأنها تشرح مركز لكتابات ماركس وإنجلز ولينين وستالين وهى شرح لتاريخ الحرب الباشقى وأعماله (٢) ، والدعاية عند الشيوعيين تعنى تلقين المذهب الشيوعى ونشره بين الناس ، وهم يرون أن التعليم والدعاية والاعلام شئ واحد ، وليست الدعاية عندهم إلا توضيح لأفكار الزعماء الشيوعيين وتوجيهاتهم،

(١) د . إبراهيم إمام - أصول الاعلام الإسلامى - مرجع سابق ص ٢٧

(٢) د شاهيناز طلعت - الدعاية والانصال - مرجع سابق ص ١٧

ولذلك فالدعاية لدى الشيوعيين لها احترامها وقداستها (١)

والدعاية تختلف عن الاعلام في أن الاعلام يلتزم بالموضوعية والحيدة التامة في نقل المعلومة أو الخبر عبر وسائل الاعلام المختلفة ، أما الدعاية فتبنى وجهة نظر معينة أو مبدأ معين تحاول إقناع جمهور المستقبلين أو المتعرضين لها ، أو الذين تستهويهم بهذا المبدأ ، وتسوق في سبيل ذلك الأدلة والبراهين والحجج المنطقية ، كما تستخدم الأرقام والإحصاءات والرسوم إلى جانب إثارة بعض العواطف المعينة والمناسبة للرسالة التي تبثها وللجمهور المستهدف . أما الاعلام فلا مصلحة للقائم به ، ولا يتحيز لوجهة نظر معينة ، حيث لا يهتم مذبغ نشره الأخبار تصديق المستمعين لأخباره أو تكذيبهم بها ، وإن كان هذا لا يعنى إغفال رجوع الصدى أو ردود الفعل في عملية الاتصال في مختلف أشكاله وأنواعه (٢) .

يتسم الاعلام بالصدق والدقة والصراحة ، وعرض الحقائق الثابتة والأخبار الصحيحة دون تحريف يعكس الدعاية التي لا تتوخى هذه الجوانب فالاعلام يتصف بأنه التعبير الموضوعى لعقلية الجماهير وروحها وميولها واتجاهاتها ، فالنشاط الادلامى نشاط موضوعى ليس نشاطا ذاتيا بشخصية الاعلاميين القائمين بالنشاط الاعلامى : أما الدعاية فهي محاولة التأثير في نفوس الجماهير والتحكم في سلوكهم لأغراض غير علمية أو ذات قيمة مشكوك فيها في مجتمع ما وفي زمن معين ، فهي محاولة منظمة

(١) المرجع السابق ص ٢٧ .

(٢) د . عبد الوهاب كحيل - الاسس العلمية والتطبيقية للإعلام الاسلامى
مرجع سابق ص ٤٧ .

من جانب شخص أو أشخاص أو مؤسسات للسيطرة على اتجاهات الأفراد والجماعات عن طريق الايحاء بغية التحكم في سلوكهم (١) .

الدعاية والتعليم

وعلى الرغم من الفرق الشاسع بين التعليم الذى يسعى لتدريب الشخص^{٤٤} على كيفية التفكير المنظم وبين الدعاية ، إلا أنه فى بعض الأحيان يستخدم التعليم كأداة من أدوات الدعاية ، ففى أوروبا بعد الحرب السبعينية نجد أن كلا من فرنسا وألمانيا ، تغرس فى نفوس التلاميذ كراهية طلاب الدول الأخرى ، فأصبحت المدرسة وسيلة لتلقين الكراهية بدلا من العلم (٢) ،

والواقع أن التعليم فى حقيقته يمكن أن يكون نوعا متساميا من الدعاية يستهدف مصلحة المجتمع وخير المواطنين ذلك أن التعليم والدعاية ياتان سويا عند الهدف الذى يسعى كل منهما إلى تحقيقه فى محيطه الخاص وإن اختلفت بعد ذلك الأساليب .

فالتعليم يهدف إلى طبع الأفراد بطابع خاص يؤدي بهم إلى نوع من السلوك يطابق تقاليد المجتمع ، ويتمشى مع روحه ، حتى يستطيع الفرد مع الزمن أن يكون ذا رأى خاص فى حكمه على الأشياء دون تحيز أو محاباة (٣) .

فالتعليم نمط مؤسسى من أنماط التربية يتم داخل مؤسسات رسمية معروفة تتخذ من هذه العملية رسالة أساسية لها ، ويتخذ منها المجتمع وسائل

(١) د . إبراهيم - الاعلام واتصال بالجمهور - القاهرة ١٩٧٥ ط ٢ ص ٢١، ٢٢

ر . (٢) المرجع السابق ص ١٢ - ١٥ -

(٣) د . السيد عليوة استراتيجية الاعلام العربى مرجع سابق ص ١٨٠ -

ذات وسائل تكفل له إعداد الشيء وفق ما يريد (١) . بعكس الدعاية التي يمكن أن تنطلق من مؤسسات أو هيئات مجهولة المصدر أو مغرضة أو ذات أهداف لا تتوافق مع هوية المجتمع وتنمية أفراد وأهدافه القومية والتربوية . والتعليم يهدف إلى تحرير أفراد المجتمع من ألال الجهالة وحرية البحث عن الحقيقة ، والعمل على توفير الفرص أمام الموهوبين واستغلال طاقاتهم وقدراتهم على أكل وجه ، وأفادة المجتمع البشرى من جراء هذه العملية وهذا ما لا يمكن أن تعمل له الدعاية .

الدعاية والثقافة

بيننا معنى الدعاية فيما معنى الثقافة ؟ الأصل الأول لكلمة الثقافة هو الفلاحة أو الزراعة في اللغة الإنجليزية والفرنسية . . . وقد تمتد الثقافة في اللغة الإنجليزية فتعني بجانب ذلك التربية بشكل عام ، تربية الإنسان إلى جانب شمولها غير الإنسان من زرع وحيوان ، فصارت تعني أخلاق الناس وعاداتهم - نحو أى شئ يحتاج إلى رعاية خاصة - تحسين وضع الإنسان بالدراسة ، ثم وادت الكلمة اتساعا فصارت تعني فيما تعنيه - تهذيب - تثقيف العقل وصار معنى ثقاف الرجل من باب ظرف صار حاذقا خفيفا فهو ثقاف بقدر ما لديه من علم وذوق وفنون جميلة وصارت الثقافة تعنى العلوم والمعارف والفنون التي يطلب الحذق فيها (٢) .

(١) د . مصطفى رجب - الاعلام التربوي في مصر واقعه ومشكلاته - القاهرة الهيئة المصرية العامة للكتاب ١٩٨٨ ص ٨ .
(٢) د . عبد الفتى عبود ، الحضارة الإسلامية والحضارة المعاصرة القاهرة ، دار الفكر العربى ط ١ ، ١٩٨١ ص ١٨ - ١٩ . مختار الصحاح للشيخ الإمام = (م ٣ - الاعلام الإسلامى)

وتعرف الثقافة أيضا بأنها مجموع المعارف المكتسبة من تعليم وممارسة .
ويرى الدكتور محمد سيد محمد أن الثقافة تعبير عن الفكر الانساني وتنمية
لهذا الفكر بمختلف الوسائل المتاحة في المجتمع (١) .

وتعرف الثقافة الإسلامية ، بأنها الثقافة المشتركة للشعوب الإسلامية
والتي وإن اختلفت صورها من مجتمع إلى مجتمع ومن جيل إلى جيل آخر
إلا أنها تشترك في السمات الإسلامية ، ولا تتعارض مع العقيدة الإسلامية
وما عداها لا ينتمى إلى الثقافة الإسلامية وإن ظل إلى جوارها (٢) .

وتستهدف الثقافة التكوين المعنوي للسكان البشرى ، بينما تستهدف
الدعاية الإخضاع والتأثير ، فالثقافة نمط من العيش والفكر والسلوك
درجت عليه الجماعة ، ذلك النمط يختلف من جماعة لأخرى ومن شعب لآخر
في مرحلة زمنية معينة ولذلك فالدعاية تستغل ألوان الثقافة المختلفة
لتحقيق أغراضها كالقصة ، والمسرحية ، والأفصوحة ، وغيرها ، فكل
لون من هذه الألوان يمكن أن يكون مجالا خصبا لرجل الدعاية التي
يتخذها وسائل للتأثير على الجماهير .

فالفارق بين الدعاية والثقافة هو فرق في مضمون كل منهما فالدعاية

= محمد أبى بكر بن عبد القادر الرازى ، القاهرة مكتبة الحلبي ١٩٥٠ ، ص ٩٩ ،
المعجم الوسيط ، قام بإخراجه إبراهيم مصطفى وآخرون وأشرف على طبعه
عبد السلام هارون ج ١ ، مجمع اللغة العربية ١٣٨٠ هـ - ١٩٦٠ م . ص ٩٨
(١) د محمد سيد محمد ، الإعلام والتنمية ط ٢ القاهرة ، دار المعارف ١٩٨٩ م
ص ٤٥

(٢) د . محمد سيد محمد ، المسئولية الإعلامية في الإسلام مرجع سابق ص ٥٣

تعمل على اعتناق آراء مختلف عليها الناس ، ولكن الثقافة تنقل حصيلته الإنسان في العلوم من جيل إلى جيل ، وتلك الحصيلته هي أمور متفق عليها ومسلم بها (١) . وموجودة في نفوس وعقول الجماهير ، نتيجة للتفاعل المستمر ، بوسائل الاتصال من إذاعة وصحافة ووعظ وإرشاد ، وتجارب الحياة الاجتماعية نفسها ، فهي أمور متوازنة ولكل مجتمع من المجتمعات أيضا ثقافته مهما كانت الظروف المحيطة بهذا المجتمع ، والثقافة بالنسبة للفرد مرادف للشخصية ، والثقافة بالنسبة للمجتمع مرادف للشخصية القومية التي يتميز بها هذا المجتمع عن غيره من المجتمعات إنها ذلك النسيج الكلي المعتمد من الأفكار والمعتقدات والعادات والتقاليد والاتجاهات والقيم وأساليب التفكير والعمل وأنماط السلوك ، أو هي جميع طرائق الحياة التي طورها الناس في المجتمع وكذلك المنتجات المادية (٢) .

أما الدعاية فهي في الغالب تستخدم للترويج لوجهة نظر معينة ولأفكار معينة ، عن طريق التسلط على الجماهير ابتغاء السيطرة على أفكارهم وأفعالهم ، وتوجيههم بوجهة معينة .

أساليب الدعاية

وتتخذ الدعاية أساليب عديدة ، فليس للدعاية في حدود ذاتها طريقة أساسية ، إن لها فقط هدفاً وهو إخضاع الجمهور ، وتعتبر كل الوسائل التي تستخدم هذا الهدف وسائل جيدة ، والدعاية الناجحة سبيله في ميدان السياسة أو التجارة ، هي الدعاية التي تدفع الشخص أو الجماعة المستقبلية

(١) د . السيد عليوة ، إيهنر اتيجية الإعلام العربي ، مرجع سابق ، ص ٤٧ ، (١٨١)

(٢) د . عبد الفتحي عبود ، الحضارة الإسلامية والحضارة المعاصرة (مرجع

سابق ، ص ٢١

لها إلى سلوك مقين ، إما أن يلتصق تأثير الدعاية عند الاستقبال السلبي
لخصومتها فيعنى ذلك الفشل بعينه (١) .

وتعتمد الدعاية في تحقيق السلوك المطلوب على مخاطبة الدوافع
والإيحاء والإثارة والإستهواء أكثر من مخاطبتها للعقل والاقناع بالمنطق ،
فالدعاية لا يرمى إلى الإقناع بقدر ما يرمى إلى الإغصاب النفسى والسيطرة
على السلوك والظفر بتأييد الجماهير بأى ثمن وبأية وسيلة ، ولذلك يلجأ
الداعية في معظم الأحيان إلى نشر الأكاذيب ، والتزويل في الأخبار
وبذل الوعود الكاذبة والأحلام التى يستحيل تحقيقها . ولقد كانت
الدعاية الألمانية التى خطط لها وقادها جوبلز وزير الدعاية النازى خلال
الحرب العالمية الثانية ، نموذجاً فذاً فى أساليب الدعاية التى عرفت فى التاريخ
وقد اعتمد جوبلز على إثارة القلق واستعمال الشعارات الإغصالية وإتقان
خطط الترويت فى إثارة الانفعالات والقراء (٢) .

إن للدعاية أساليب فنية رغم أن هناك فريقاً من العلماء والكتاب
يروون أن هناك أساليب علمية تكتيكية يجب اتباعها فالبعض يرى أن الغاية
تبرر الوسيلة ، فكل ما يحقق أهداف الدعاية يعتبر من وسائلها الفنية ،
لكن قد يضطر القائم بالدعاية إلى إقناع أساليب احتيالية وأحياناً قهرية
فضلاً عن ذلك فالإقناع أسلوب مهم من أساليب الدعاية غير أنه ليس
الأسلوب الوحيد فأحياناً تستخدم أساليب قهرية وأساليب تكون القوة
فيها أهم شئ (٣) ويمكن ذكر أساليب الدعاية فى العناصر التالية : -

-
- (١) د. شاهيناز طلوع ، الدعاية والاتصال ، مرجع سابق .
 - (٢) د. إبراهيم إمام الإعلام والاتصال بالجماهير ، مرجع ، ص ١٠ .
 - (٣) د. شاهيناز طلوع ، الدعاية والاتصال ، مرجع سابق ، ص ٢٢ .
 - د. إبراهيم إمام أصول الإعلام الإسلامى ، ... ص ٢٩ .

- ١ - الضغط النفسى والعقل والثقافى والعاطفى .
- ٢ - إثارة القلق واستعمال الشعارات الإنفعالية .
- ٣ - زرع المعتقدات الجديدة والترويج لها .
- ٤ - نشر الأكاذيب والتحويل فى الاخبار وبذل الوعود الكاذبة التى يستحيل تحقيقها .
- ٥ - استغلال وظائف التربية والتعاليم لأغراض الدعاية من أجل احكام التأثير فى الأجيال الجديدة .
- ٦ - استخدام أساليب العلاقات العامة والعلاقات الإنسانية فى المعاملة مع الجماهير
- ٧ - تحويل مفاهيم الجماهير نحو الوجهة التى يبتغيها الدعاية .
- ٨ - اتباع أساليب المراوغة بهدف تغير الأفكار والآراء .
- ٩ - التجديد والابتكار والتغير المستمر .
- ١٠ - استخدام بحوث علم النفس الاجتماعى للوصول إلى أهدافها .
- ١١ - خفة الروح والدعاية والنكتة .
- ١٢ - التحريف والتشويه والحذف والتلاعب بالحقائق .
- ١٣ - الملاحقة والتكرار الكثير للأفكار القليلة .
- ١٤ - البساطة فى الشعارات والقوة فى الرموز .
- ١٥ - انتهاز الفرصة والمفاجأة والترويج للمبادئ ومسايرة رأى العام وأسلوب الصمت أحيانا ، وأسلوب تمجيد الأبطال وغير ذلك من الأساليب المتنوعة .

الإعلام والدعاية :

انتشر الإعلان في وسائل الاتصال الجماهيرى فى العصر الحاضر انتشارا كبيرا ، لأنه يمثل واحدا من أبرز المصادر للتمويل والدخل لمشروعات كثيرة مثل وكالات الإعلان المتخصصة ودور الصحف والمجلات ووسائل النشر والإعلام المختلفة .

ويعرف الإعلان : بأنه عملية اتصال تهدف إلى التأثير من إناع إلى مشتر على أساس غير شخصى ، حيث يفصح المعلن عن شخصيته ويتم الاتصال من خلال وسائل الاتصال العامة .

وتمة تعريف يقول الإعلان هو فن اغراء الافراد على السلوك بطريقة معينة وهو عملية اتصال غير شخصى من خلال وسائل الاتصال العامة بواسطة معلنين يدفعون ثمنا لتوصيل معلومات معينة إلى فئات من المستهلكين حيث يفصح المعلن عن شخصيته فى الإعلان (١) .

والإعلان يختلف عن الإعلام فى طبيعته وأهدافه ، وهو أقرب إلى الدعاية من الإعلام ، فهو وسيلة من وسائل الدعاية التجارية لتسويق السلع والمنتجات ، وفى المجتمعات الرأسمالية التى تقوم على الاقتصاد الحر والمنافسة ، يصبح الاعلان ضرورة لاغنى عنها للبقاء فى السوق ، ولذلك يلعب الإعلان دورا خطيرا فى تلك المجتمعات ، أما فى المجتمعات الاشتراكية فالإعلان له دور خاص يتمشى مع طبيعة الاقتصاد الموجه ، والنشاط القائم على التخطيط والإعلان يتوجه فى معظم الأحيان إلى الفئات والانفعالات وليس إلى فكر الإنسان وعقله (٢) .

(١) د . على السلى ، الإعلام ، القاهرة ، مكتبة غريب ، ١٩٧٧ ، ص ١٠

(٢) د . إبراهيم إمام ، أصول الإعلام الإسلامى ، مرجع سابق ، ص ٢٩
الإعلام والاتصال بالجماهير مرجع سابق ص ١٧

ولا ينسکر أحد أهمية الاعلان في التعريف والاشهار والترويج للسلع والخدمات ، سواء في إطار نظم الاقتصاد الرأسمالى أو الاقتصاد الموجه ، ولكنه كثير ما يتجاوز هذا الدور بحكم ما يلجأ إليه من وسائل وأساليب فتراه يخلق احتياجا لبعض السلع والخدمات بدون مبرر أو لا يتناسب مع الظروف الاجتماعية والاقتصادية السائدة في المجتمع ويشجع الناس على مزيد من الاستهلاك ربما في ظروف تحتم التقشف ، كما قد يكون عنصرا مستغفرا من الناس لفئة لا تجد سبيلا إلى إمتلاك ما يعلن عنه ، وبالتالي يخلق ما يمكن أن يسمى ثورة الاحباط ، وقد يكون للاعلان أهداف سياسية أو اجتماعية أو ثقافية غير مباشرة ، تنتج أثرها في النفوس في المدى البعيد ، هذا بالإضافة إلى ما تلجأ إليه بعض شركات الاعلان أحيانا من الاعتماد على وسائل غير مستحقة في جذب الانتباه لاعتمادها على الجنس أو الاسفاف اللفظي أو الشكلى وغيره من الأساليب التي تحدث في جماهير المستمعين والمُشاهدين - وعلى الأخص الشباب والأطفال - أثارا سلبية وتؤثر على قيمهم وسلوكهم واتجاهاتهم على المدى البعيد (١) .

والدعاية يتخذ من الأسلوب الاعلاني وسيلة للتأثير في الجماهير وخاصة في إستخدام الشعارات والرموز وإستخدام القصص والأساطير والفنون الشعبية ، ويشترك الإعلان مع الاعلام في أن الاعلان كثيرا ما يحتوى على عناصر إعلامية يقدمها البائع للمشتري مثل ثمن السلعة وشكلها وأماكن بيعها وطريقة الحصول عليها وكيفية إستخدامها في بعض الأحيان (٢) .

ورغم ذلك فالإعلان وما يتبعه من أساليب له خطورته الشديدة على الجماهير والمجتمع والقيم تتمثل في العناصر التالية :

(١) مجلة الدراسات الإعلامية عدد ٩ ، أكتوبر نوفمبر ١٩٧٧ ، مقال بعنوان الأمن الثقافي في مجال العمل الإذاعي .

(٢) د . السيد عليوة ، استراتيجية الإعلام العربي ، مرجع سابق ، ص ١٨٠

١ - التأثير على جدية الاعلام والنشر والضغط على المسئولين في وسائل الاعلام والاتصال للحفاظ على سمعة المعلن مهما تعارض ذلك مع المصالح العام والحقائق الثابتة والمؤكدة .

٢ - يتوجه إلى غرائز الإنسان وانفعالاته وليس إلى فكره وعقله .

٣ - يستغل الإعلان في الاذاعة والتلفزيون الاغاني والموسيقى والمناظر المأجنه لخلق جو من المرح المفتعل تيسيرا للتقبل واستغلالا لمشاعر الاحباط لخلق رغبات جديدة .

٤ - الاعلان يفسد أذواق الشعوب ويحبط بأخلاقيهم بما يستخدمه من وسائل منافية للأذواق السليمة والأخلاق الحميدة .

٥ - الاعلان يعتمد على الأصوات الصاخبة والصور العارية والعبارات المبتذلة والمناظر البعيدة كل البعد عن الجمال (١) .

الدعاية والحرب النفسية :

والحرب النفسية ليست سوى صورة من صور الدعاية تستهدف زرع ، الهزيمة في نفس العدو ، وإقناعه بعدم جدوى مقاومته ، ومن ثم يتحتم عليه وضع السلاح والتوقف عن القتال . وهو قد يسمى لذلك بدهاء الدبلوماسية وعبقرية الدعاية ، وقد يلوح بأساطيله وأسلحته ودباباته وطائراته وآخر مخترعاته ، وقد يلوح لذبا بالمقنبلة الذرية كما فعلت إسرائيل وقد يلوح بإمكانياته الاقتصادية أو بحروبه الميكروبية وهو لا يستهدف من ذلك كله إلا الترويش والتحويل والخداع والرعب والقضاء على المقاومة وروح النضال وإقناعك بالهزيمة كقدر محتوم وحقيقة لا مفر منها (٢) .

(١) د. إبراهيم إمام ، الإعلام ، الاتصال بالجمهور مرجع سابق ص ١٧

(٢) د. إبراهيم إمام ، الإعلام والاتصال بالجمهور ، مرجع سابق ص ٧

والحرب النفسية قديمة قدم البشرية . ومع أن بعض المؤرخين للحرب النفسية يذكر أن البداية الحقيقية للحرب النفسية ترجع إلى عام ١٩١٧ وهي تلك السنة التي شهدت دخول أمريكا الحرب صراحة إلى جانب الحلفاء الغربيين ، وخروج روسيا منها بنشوب الثورة البلشفية عام ١٩١٧ ، غير أننا نذهب مع الرأي القائل بأن الحرب النفسية قديمة ، وقد إستخدم كفار مكة أساليب الحرب النفسية ضد الرسول صلى الله عليه وسلم ، وقد كان من أهم الأساليب التي إستخدمها هؤلاء ضد الرسول صلى الله عليه وسلم الاستهزاء والسخرية ثم الاتهام بالكذب مرة وبالجنون مرة ، وبالكهانة والسحر مرة أخرى . ثم بالأذى عن طريق الضرب والشتم والسب وإلقاء القاذورات عليه في الطريق العام وأمام منزله ، ثم بالاغراء بالمال والجاه والسلطان ، ثم كانت محاولتهم عن طريق الضغط العائلي عليه عن طريق عمه أبي طالب ، ثم بالمجادلات ومحاولات التعجيز والاعجاز ، ثم التشنيع به بين وفود القبائل الوافدة إلى مكة في موسم الحج وغيره ، ثم بالمقاطعة الاجتماعية والاقتصادية ، ثم كانت محاولتهم لقتله صلى الله عليه وسلم ليلة الهجرة إلى المدينة المنورة (١) .

إن الحرب النفسية هي إستخدام أية وسيلة بقصد التأثير على الروح المعنوية ، وعلى سلوك أية جماعة لغرض معين ، أو هي الاستخدام المخطط للدعاية وغيرها من الأعمال التي تستهدف قبل كل شيء التأثير على آراء وعواطف ومواقف وسلوك جماعات معادية أو محايدة أو صديقة بطريقته تعين على تحقيق سياسة الدولة أو الدول المستخدمة لها (٢) .

-
- (١) د . عبد الوهاب كحيل ، الحرب النفسية ضد الإعلام في عهد الرسول صلى الله عليه وسلم في مكة ، القاهرة ، مكتبة القديس ط ١٩٨٦ م ، ص ٢٤
(٢) صلاح نصر ، الحرب النفسية ، ج ١ ، القاهرة ١٩٦٦ م ، ص ٩٠ .

ويعرف الأمريكيون كلمة الحرب النفسية بأنها سلسلة من الجهود المتكاملة للعمليات الجريبية العادية عن طريق استخدام وسائل الاتصال التي يستخدمها النازيون ، أى أنها تصميم وتنفيذ الخطط الاستراتيجية الحربية والسياسية على أسس نفسانية مدروسة (١) .

فالحرب النفسية تضمن استخدام الدعاية ضد العدو بالإضافة إلى استعمال وسائل أخرى لها طابع النشاط الحربي أو الاقتصادي أو السياسى على النحو الذى يكون مكملاً لنشاط الدعاية .

ولكن الأداة الفعالة فى نشر وترويج الحرب النفسية ترتكز أساساً على حملات الهمس والأقاويل والافتراءات والتشويه كذلك تسمى حرب الأعصاب وهناك تعريف حديث يحدد الحرب النفسية بأنها معلومات أو أفكار أو مذاهب أو اتجاهات أو نداءات خاصة، تشر وتذاع أو توزع لتؤثر فى آراء ومعتقدات وانفعالات واتجاهات وسلوك فرد أو جماعة أو شعب بأكمله دون استعمال العنف لىكى يستفيد الجانب الذى يوجهها بشكل مباشر أو غير مباشر (٢) .

وتستخدم الحرب النفسية وسائل كثيرة لتصل إلى الجمهور المستهدف منها وتؤثر فيه ، وتختلف هذه الوسائل باختلاف الجمهور وباختلاف الأسلوب المتبع فى الحرب النفسية ، ولكل وسيلة من وسائل الحرب النفسية مميزات وعيوب لذا لا يمكن لأية دولة أن تعتمد على وسيلة واحدة فى حربها النفسية بل تستخدم أكثر من وسيلة ، وربما كل الوسائل المتاحة .

ويعتبر اختيار الوسيلة المناسبة وحسن استخدامها من أهم الأشياء التى

(١) د . عبد القادر حاتم ، الإعلام والدعاية ، نظريات وتجارب ، القاهرة ، الأجل المصيرية ، ١٩٧٨ ، ص ١٨٥

(٢) محمد عبد الحميد ، حرب بلا قتال ، القاهرة ، الشركة المتحدة للنشر والتوزيع ، ١٩٣١ ، ص ١٣

يجب مراقبتها في عملية توجيه الحرب النفسية لأن الاختيار الموفق للوسيلة يلعب دورا مهما وفعالا في أداء الحملة النفسية لرسالتها على الوجه الأكمل (١).

ومن أبرز أساليب الحرب النفسية ١ - الشائعات : وهي الترويج لخبر مختلق لا أساس له من الواقع أو تعتمد المبالغة ، أو التهويل أو التشويه في سرد خبر فيه جانب من الحقيقة أو إضافة معلومات كاذبة أو مشوهة ، أو تفسير خبر صحيح والتعليق عليه بأسلوب مغاير للحقيقة والواقع ، وذلك بهدف التأثير النفسي في الرأي العام المحلي أو الإقليمي والعالمي والنوعي ، تحقيقا لأهداف سياسية أو اقتصادية أو عسكرية على نطاق دولة واحدة أو عدة دول أو النطاق العالمي بأكمله (٢).

وقد انتشرت خلال الحرب العالمية الأولى شائعات الفظائع ، وكانت سلاحا من أسلحة الحرب النفسية استغلها الألمان والحلفاء على السواء وانتشرت شائعات الفظائع والتخيل بالأسرى وتمييع الحواطر وبليسة الافكار كآساليب نفسية لإثارة السخط والانفعال ، ومن أشهر الشائعات التي كانت الصحافة سببا مباشرا في ظهورها وترويجها شائعة الفظائع المسبوبة للألمان ، أن القوات الألمانية عندما استولت على مدينة أفرس البلجيكية نوفمبر ١٩١٤ قد أمرت القسسين الكاثوليك بدق أجراس الكنائس ، ولما رفض هؤلاء تنفيذ الأمر لم يجد الألمان بدا من تعليق القسس في الأجراس ليعملوا عمل المطارق فتدق بأجناسهم (٣).

(١) د. عبد الوهاب كجيل ، الحرب النفسية ضد الإسلام في عهد الرسول صلى الله عليه وسلم في مكة ، مرجع سابق ، ص ٤٧.

(٢) د. السيد عطية اشتراكية الاعلام العربي مرجع سابق ص ١٩٥.

(٣) د. مطهر ابراهيم ، الاعلام واتصال بالمجاهدين ، مرجع سابق ، ص ٢٦٤.

٢ - افتعال الأزمات ويكون ذلك بالدس والوقعة واصطناع الإخيار المزيفة ، وبالتحريض على أعمال التخريب .

٣ - إثارة الرعب ويكون ذلك باستغلال دوافع الأمان لدى الإنسان بإثارة الخوف والفرع لإرهاب الشعوب واخضاعها من خلال الحرب النفسية وعادة ما تستخدم في هذه الحالة حملات الحمس والأساطير وإشاعات الفظائع .

٤ - غسيل المخ وهي محاولة تستخدم لتوجيه الفكر الإنساني أو العمل الإنساني ضد رغبة الفرد الحر أو ضد إرادته أو عقله ، ويسمى البعض بقتل العقل لأن تلك العملية توجد خضوعاً لإرادتها ، ومن هذه الأساليب عزل الشخص عن الحياة العامة والضغط الجسماني مثل الحرمان من الطعام ومن النوم للوصول بالفرد إلى درجة من الاعياء والانهيار والتهديدات وأعمال العنف والإذلال والضغط والدروس الجماعية (١) .

والحقيقة أن أساليب الدعاية والإعلان قريبة جداً من أساليب الحرب النفسية ، فقد كان الملوك والقيصرة والعظماء يهتمون دائماً بالدعاية الشخصية لأنفسهم عن طريق الشعر والأدباء والمصورين ومروجي الشائعات ومثال ذلك أن جينكزخان كان مبرزاً في نشر الشائعات المروعة عن جيشه فكانت قوافل التجارة تشيع بين أعدائه وصفاً أسطورياً لجيشه مؤكدة أن أن جنوده يتغذون بالثعالب والسكّاب وكان الأسقف ولیم يستأجر المغنين والمشددين في الحروب الصليبية ليكي يروجوا بالشعر والفناء أنه شخص فريد لا نظير له .

والدعاية لمذهب سياسي يتخذ من الأسلوب الإعلاني وسيلة للتأثير في الجماهير ، وما أكثر الوسائل المشتركة بين الدعاية والإعلان ، فالبيان

(١) د . السيد عليوة استراتيجيات الاعلام للمربي مرجع سابق ص ١٩٣

السياسى الذى يشرح العقيدة يقابله الاعلان الصحفى الذى ينشر فى الجريدة ،
والرمز الساسى يقابله الرمز التجارى أو العلامة التجارية الدالة على الماركة
والشعار السياسى يقابله الشعار التجارى واستخدام القصص والأساطير
والفنون الشعبية هامل مشترك بين الدعاية السياسية والإعلان التجارى ،
وقد أصبحت الشعارات والصور الجذابة والعبارات المكررة عوامل
فعالة للإيحاء والتأثير مع التوجيه إلى القوى الغريزية والإنفعالية فى
الجمهور (١) .

(١) د . إبراهيم إمام الإعلام والاتصال بالجمهور مرجع سابق ص ٢٦٨

الفصل الثاني

الإعلام الإسلامي واقعه وأهدافه

- ١ - واقع الإعلام الإسلامي
- ٢ - الصحافة الإسلامية
- ٣ - وكالة الأنباء الإسلامية
- ٤ - أهداف الإعلام الإسلامي

واقع الإعلام الإسلامى

إن الإعلام بوجه عام قد أصبح شيئاً أولياً لا غنى عنه فى مجتمعات العصر الحديث ، ولا غنى للأفراد والشعوب عن معرفة الأخبار وما يدور فى أوطانهم وفى العالم كله ، ولا يقتصر دور الإعلام ولا أهميته على الناحية الاجتماعية لحسب ، وإنما يتعدى ذلك إلى الإفادة بالمعلومات السياسية والثقافية والتوجيهات الاجتماعية ، وإلى التسلية والإمتاع وغيرهما مما تقدمه وسائل الإعلام الحديثة والمتطورة من إذاعة وتلفزيون وصحافة وغيرها .

وقد أدى تزايد اهتمام الجماهير بوسائل الإعلام وأجهزته فى العصر الحديث إلى تنافس تلك الوسائل فيما بينها لتقديم أفضل المواد الإعلامية التى ترضى أذواق الجماهير وتتناسب مع ميولها ، حتى تستحوذ على أكبر قدر من الجمهور المستقبل ، ذلك أن الوسيلة الإعلامية ذات الجمهور الأكبر تتمتع غالباً بدخول إعلانية تحقق لها توازناً اقتصادياً على الأقل ، إن لم تحقق لها الأرباح للطائفة (١) .

وقد حققت فنون الإعلام والاتصال بالجماهير خلال السنوات الأخيرة قدرات هائلة من التقدم الذى يعد بحق بمثابة ثورة ، وقد ترتب على هذا التقدم تأثير الإعلام على العلاقات السياسية والاقتصادية والاجتماعية بين دول العالم بصفة عامة ، وعالمنا الإسلامى بصفة خاصة ، وجعل لوسائل الإعلام تأثيراً أيضاً على قراراتنا وأسلوبنا فى الحياة ، ووفر أيضاً للإعلام دوراً بارزاً ورئيسياً فى تشكيل الوعي العام ، وصياغة

(١) د. عبد الوهاب كعيل ، الأسس العلمية والتطبيقية للإعلام الإسلامى
مرجع سابق ص ١٠

الأحداث وربما صناعتها، حتى أنه يستطيع أن يقلب الحق باطلا والباطل حقا، وعلى سبيل المثال فقضية جبهة الانقاذ الإسلامية في الجزائر لعب الإعلام دورا رئيسيا في حسمها لصالح القوى الرافضة للمشروع الإسلامي، إذ نجح الإعلام في رسم صورة منفرة ومخيفة (١) للجبهة وخطابها السياسي، الأمر الذي شكل وعيا رافضا لمشروعها كله لدى الرأي العام.

لقد أدت وسائل الإعلام دورا بارزا في تشويه مجمل الظاهرة الإسلامية التي اعتبرتها أمتنا صحوة إسلامية تبشر بمحير كثير، ولكنها لم تعد تذكر في وسائل الإعلام إلا باعتبارها أصولية باتت ترتبط في الأذهان بالعنف والإرهاب، وانتهاك حقوق الإنسان، ومصادرة دور المرأة وقر الأفليات.

إن الذي يستطيع أن يسيطر على الإعلام يستطيع أن يسيطر على الأفكار ويوجهها لخدمة مصالحه وأهدافه، ولا بد من الاعتراف بأن الإعلام المعبر عن الحالة الإسلامية، كان ولا يزال دون المستوى، ولم يستطع إلا في حالات نادرة أن يكون له حضور له قيمته على الساحة الإعلامية، في حين نجد أن الإعلام المعبر عن التيارات والجماعات السياسية الأخرى مثل الماركسين التي لا تتمتع بأي حضور يذكر على مستوى الجماهير المصرية، بينما صوتها ملحوظ في الساحة الإعلامية (٢).

وبوجه عام فإن الواقع العربي والإسلامي من الناحية الإعلامية

(١) فؤاد هويدى مشكلات الصحافة الإسلامية بحث مقدم إلى ندوة الإعلام الإسلامي بمركز عبد الله صالح، جامعة الأزهر، ذي القعدة ١٤١٢ هـ مايو

١٩٩٣ م، ٢٣

(٢) المرجع السابق ص ٣

الآن يدعو إلى الآسى والأسف وذلك لعدة أسباب يمكن أن نلورها في
الأسباب التالية :-

١ - يعتمد الاعلام العربى والإسلامى على وكالات الأنباء العالمية
فى نقل المعلومات بين أجزاء وطننا العربى والإسلامى نقلا حرفيا دون
وعى أو تبصر ، وقصور الوعى بمفهوم العمل الإسلامى الشامل فى مختلف
وسائل الاعلام .

٢ - عدم الثقة الاعلامية المتبادلة بين الدول الإسلامية فيما تنقله وسائل
الاعلام الإسلامية .

٣ - ذيلية الاعلام الإسلامى للمواقف الإسلامية ، ومدى العلاقات
بين الحكام والدول (١) .

٤ - يفتقد العالم الإسلامى إلى وكالة أنباء أو أى شكل من أشكال شبكات
الاتصال القوية التى تغطى أخباره ، ولم ينجح حتى الآن مشروع وكالة الأنباء
الإسلامية ، التى سعت منظمة المؤتمر الإسلامى إلى إنشائها .

٥ - يعانى الاعلام الإسلامى من مشكلات المعلومات النابعة أساسا من
هيمنة وكالات الأنباء العالمية على المعلومات ، التى تبت إلى مختلف أنحاء
العالم ، فالدراسات والبحوث التى أجريت فى هذا الشأن تشير إلى أن ٩٠٪
من المعلومات والأخبار التى تنشرها صحف العالم الثالث مصدرها هو تلك
الوكالات الغربية والأمريكية .

٦ - يواجه الاعلام الإسلامى أزمة فى الكوادر الاعلامية والصحفية
المدربة على مختلف فنون الاتصال بالجمهور ، وربما يرجع ذلك إلى عدم

(١) د. محمد عبد يمانى ، الإعلام الإسلامى فى عصر الفضاء ، بحث مقدم إلى
خبرة الإعلام الإسلامى المنعقدة فى مركز عبد القاصح جامعة الأزهر ، ذى القعدة

١٤١٣ هـ ، مايو ١٩٩٢ م ص ٢ - ٤

عناية هذه الكوادر بفنون الاتصال بالجمهور ، أو أنه يرجع إلى التنسيق على الإسلاميين في كثير من البلدان الإسلامية للعمل في مجال الاتصال بالجمهور ، في حين يفتح الباب على مصراعيه للبراليين والعلمانيين وغيرهم ، أن يحتلوا مواقع التأثير والتوجيه في الرأي العام ، الأمر الذي أدى إلى غلبة الطرف الإسلامي عن تلك المجالات وهيمنة غيرهم عليها .

٧- وعلى مستوى الصحافة الإسلامية بالذات فإنها تعاني من مشكلة الموارد المالية فلأنها صناعة مكلفة للغاية ، ودخول سوقها يتطلب قدرات مالية كبيرة ، كما تعاني أيضا من ندرة الموارد الإعلانية نظرا لاجتماع المعلنين عن التعامل مع الصحافة الإسلامية ، أو أن يكون الاعراض عن الصحف الإسلامية ذاتها لأنها لا تتحمس للنشر بعض إعلانات العطور ، وأدوات التجميل ولا تنشر إعلانات السخان .

٨- تعاني الصحافة الإسلامية مشكلة أخرى وهي مشكلة التوزيع ويرجع ذلك إلى محدودية قدرتها المالية بالدرجة الأولى ، وقيود الرقابة التي تفرضها أكثر الدول الإسلامية (١) .

٩- الإفراط في الدعاية للذات وفقد المصداقية في كثير من الأحيان وبذلك تفقد ثقة المجتمعات الإسلامية في إعلامنا ، وأصبحت هذه المجتمعات تعتمد على المصادر الأجنبية في الحصول على المعلومات وتثق فيها إلى حد كبير .

١٠- فقدان المصداقية في إعلامنا الإسلامي ، وغياب الحرية أضعف من قدراتنا على التأثير في الجمهور (٢) .

(١) فهمي هريدي مشكلات الصحافة الإسلامية ، مرجع سابق .

(٢) د. محمد عبيد يمان ، الإعلام الإسلامي في عصر الفضاء ، بحث مقدم إلى ندوة الإعلام الإسلامي ، المنعقدة في مركز جرداقة صالح ، بجامعة الأزهر ، ذي القعدة ١٤١٢ هـ ، مايو ١٩٩٢ م ص ٣

إن كثيرا مما تقدمه وسائل الاعلام في الدول الاسلامية ، يركز على مظاهر لا تنهض بالاسلام ، وبعضه بعيد عن سماحة الاسلام وعن روح الشريعة الإسلامية .

١١ - إن المسلمين متفرقون شيئا واحداً ودولاً وأقاليم ، فهم ليسوا أمة إسلامية واحدة ، بل هم أمم إسلامية كما أنهم ليسوا أمة عربية واحدة في البنية والنظام والهدف بل هم أمم وعوالم عربية ، وهذا ينعكس على النظام الاعلامي ، ويصيبه بالضعف والتأخر (١) .

والسؤال الذي يبادر إلى الذهن هو كيف يكون للمسلمين اعلام موحد ودساتيرهم مختلفة وقوانينهم مختلفة وأهدافهم متباينة ؟

فكل دولة تبت اعلامها حسب سياستها واتجاهاتها ، وليس هناك اتحاد حقيقى أو تنسيق بين وسائل الاتصال في الدول الاسلامية ، أو كوادر اعلامية إسلامية على درجة عالية من الكفاءة تستطيع حمل رسالة الاسلام وتوصيلها إلى دول العالم شرقه وغربه بطريقة فعالة وصحيحة ، فمذامنا يجعلنا نقرر بأمانه بأن الاعلام الاسلامى مازال قاصراً وغير مرتفع إلى المستوى اللائق به ، ولما يلاحق التطورات الهائلة المتلاحقة التى تحدث في العالم ، وذلك للصعوبات الاقتصادية والأزمات المالية التى يعانى منها معظم الدول الاسلامية ، وكثرة الخلافات بين الدول الاسلامية وانشغال المسلمين وحكامهم بالسياسة وتصارعهم على المناصب وتبعيتهم للغرب وتفككهم إلى دويلات صغيرة ، أو أقطار متناثرة وبعدم عن روح الشريعة الاسلامية وتجاهلهم ، وعدم قدرتهم على امتلاك الأجنزة الحديثة والتكنولوجيا المتقدمة ، والنقص الواضح في إعداد الكوادر الصالحة للقيام بالمهمة الاعلامية التى يفرضها الدين الاسلامى على معتقيه .

(١) الرعى الإسلامى ، عدد ٣١٥٥ ، شوال ١٤١٢ ، أبريل ١٩٩٢ م

فضلا عن ذلك أن بعض علماء المسلمين مازال ينظر إلى الإعلام - بمفهومه الحديث وأدواته ووسائله - نظرة ريبية وشك وهذا ربما أتى من الواقع الإعلامى المعاصر فى الدول الإسلامية والممارسات غير السليمة لوسائل الاتصال فى الدول الإسلامية وخاصة الإذاعة والتلفزيون والمسرح .

إن واقع الإعلام الإسلامى يتعلق بواقع المسلمين بوجه عام وبعلماء وكوادر الإعلام الإسلامى بوجه خاص ، فالإعلام ظاهرة اجتماعية ترتبط ارتباطا وثيقا بالنظام الاجتماعى المعين ، وترتبط بإمكانات وظروف المجتمع الدينية والسياسية والاقتصادية والحضارية ، والإعلام الإسلامى يظل جزءا من الواقع الإسلامى لا ينفصل عنه ، ومن ثم غلبت تقديرات ذلك الواقع أو تخلفه ينعكس بصورة مباشرة على أدوات التعبير عنه ، والإعلام فى المقدمة منها وتجدد الإشارة أن النظر فى واقع الإعلام الإسلامى قد يختلف من بلد إلى آخر ، فما يسرى على الدول الملتزمة بالإسلام قد لا يسرى على غيرها ، وما يصدر عن دول يمارس العمل الإسلامى فيها بصورة شرعية وعلنية قد يختلف عن ذلك الذى يصدر فى دول آخر يحارب فى ظلها العمل الإسلامى ويتحرك خارج الشرعية (١) .

تحديات فى مواجهة الإعلام الإسلامى :

لقد واجه الإعلام الإسلامى ، ومازال يواجه تحديات كثيرة من قبل المخططات العلمانية والصهيونية والشيوعية ، التى اتفقت فيما بينها على حرب الإسلام عقيمة وشريرة وسلوكا . ومن أبرز التحديات التى يمكن أن نرصدها هنا وتشل قدرات الإعلام الإسلامى هى الاحتكار الغربى لنظم المعلومات ومصادرها ، وتبعية الإعلام الإسلامى فى هذا المجال للإعلام الغربى . والمسلمون يواجهون فى مختلف أقطارهم غزوا فكريا وثقافيا

(١) فهدى هويدى ، مشكلات الصحافة الإسلامية ، مرجع سابق ، ص ٨

وحضاريا رهيباً ، ولم يعد هذا الغزو الحضارى الشامل مقصورا على الوسائل التقليدية للفرد من كتب أو نشرات أو غيرها ، بل أصبح يعتمد على وسائل اتصالية بالغة التقنية ، تستخدم التكنولوجيا الحديثة ، والتخطيط السليم في هذا الهجوم .

وقد تبين من خلال الدراسات والبحوث أن ٩٠ ٪ من أنباء الوكالات العالمية تحتكرها خمس وكالات أنباء عالمية منها وكالتان أمريكيتان وواحدة بريطانية وأخرى فرنسية وثالثة سوفيتية ، وتبين أيضا أن إحدى الوكالات العالمية لها ٨٣٠ مراسلا في الخارج وأخرى لها ٧٩٠ مراسلا ، كما يكلف المراسل الخارجى ما يقرب من ١٠٠ ألف دولار سنويا ، ومعنى ذلك أن الوكالة الأجنبية يمكن أن تحتكر الأخبار وأن تسيطر على طريقة صياغتها وتوزيعها ، وقد نشأ من هذا الاحتكار ما يسمى في لغة الأمم المتحدة ، سوء تدفق الأخبار فَمَا ينشر - على سبيل المثال - في مصر أو في المغرب أو أى بلد أفريقى في الصحف الأوربية لا يكاد يبلغ واحدا في المائة مما ينشر عن أوربا في الصحف المصرية ، أو الغربية أو الأفريقية (١) بل وصل الأمر أن تغطية الأحداث القومية في العالم العربى والإسلامى يتم من خلال النقل المباشر عن وكالات الأنباء الغربية ، التى تعتمد التشويه والتحريف للأحداث التى تقع في هذه الدول .

(١) د. السيد عليوة ، استراتيجية الإعلام العربى ، مرجع سابق ص ٢٥٦ .

الصحافة الإسلامية وعوامل نجاحها

والصحافة الإسلامية هي قطاع من الصحافة المتخصصة بوجه عام وتوصف بالإسلامية لتميزها بدراسة وتناول القضايا الإسلامية والقضايا العامة من منظور أو إطار إسلامي .

وقد كان للصحافة الإسلامية في مصر وغيرها من البلاد العربية والإسلامية دور كبير في بناء النهضة الفكرية المعاصرة ، فقد حملت لواء الدعوة إلى مفهوم الإسلام الصحيح والدفاع عن اللغة العربية ، ومقاومة الدعوات التخريبية والغزوات الفكرية والانهلال الخلقي ووقفت ضد الحملات التي شنها الاستعمار وأعوانه على المسلمين وعلى دينهم وتراثهم ولغتهم .

ونتساءل الآن هل لدينا صحافة إسلامية ؟ الإجابة نعم لدينا صحف إسلامية ولكن هل لهذه الصحف تأثير في حياتنا وتوجيهاتنا الفكرية والسياسية مثل ما لصحف التيارات والجماعات الأخرى مثل جماعة الماركسين في مصر فرغم أنهم قلة قليلة ، ورغم أن ما يدعون إليه غريبا على عقولنا وفكرنا وديننا إلا أن صوته عال وصحفهم مشهورة ولها تأثير في الساحة الاعلامية .

وإن نحن من الصحف الإسلامية التي كانت لها تأثير ودوى على الساحة الاعلامية والفكرية في العالم الاسلامي كله ، فمجلة مثل مجلة العروة الوثقى التي صدرت في ١٣ مارس ١٨٨٤ في باريس وظهر العدد الأخير منها في أكتوبر ١٨٨٤ ولم يصدر منها سوى ثمانية عشر عددا وكانت توزع في مصر والبلاد العربية والإسلامية ، ورغم هذا العمر القصير للعروة الوثقى إلا أنها كانت ذات تأثير كبير ليس فقط على مستوى مصر بل على مستوى العالم الاسلامي كله .

يحدثنا رشيد رحنا عن تأثير العروة الوثقى فيقول : رأيت في محفوظات

والذى بعض نسخ العروة الوثقى فكان كل عدد منها كسلك من الكهرباء
اتصل بي فأحدث في نفسى من الهزة والانفعال والحرارة ما قذف بي من
طور إلى طور ، ومن حال إلى حال ، وينقل عن الشيخ حين الجسر العالم
السورى قوله : أن جريدة العروة الوثقى ستحدث انقلابا عظيما في العالم
الإسلامى لو طال عليها الزمن . ثم أين نحن من مجلة المنار التى استطاعت
أن تخلق تيارا إسلاميا قويا فى الصحافة المصرية ، وأن تخلق حركة إسلامية
قوية تحولت من الدعوة إلى الحركة ، ومعروف أن مجلة المنار خرج من
عبائها التيار الإسلامى المتمثل فى جماعة الإخوان المسلمين .

كانت مجلة المنار نموذجا للصحافة الإسلامىة التى تحمل مشا كل العقيدة
والفقه ، وتحيط بالمسائل الاجتماعية والإسلامية والفكرية وأخبار العالم
الإسلامى ، وما فيه من أحداث وأمراض وهلل .

امتد أثر المنار فى جميع أنحاء العالم الإسلامى فى الجزائر على يد جمعية
العلماء التى أسسها عبد الحيد بن بريس وفى الهند ظهرت جماعة أهل
الحديث وندوة العلماء ومدرسة دار العلوم فى ديوبند وفى أندونيسيا
فى حركة تجديد المنار .

كل هذا يجعلنا نتساءل لماذا لا يوجد تأثير فعال لصحفنا الإسلامىة
المعاصرة؟ وما أوجه القصور أو الأزمات التى نواجهها علنا جميعا نشارك فى
وضع الحلول ونصل إلى العلاج؟ وهذا أمر ليس مستعصيا وربما تتمثل أزمة
الصحافة الإسلامىة فى عدة محاور يمكن أن نوجزها فيما يلى : -

أولا : من ناحية القائم بالاتصال فى المجلة الإسلامىة نجد أن هناك
قصورا فى أداء وفى ثقافة بعض الكتاب والمحررين فى الصحافة الإسلامىة
فهم غير ملين بقضايا المجتمع العامة وما يدور فى المجتمع من مشا كل
سياسية واجتماعية ودينية وثقافية ، وبعض الكتاب حصر نفسه فى

دائرة ضيقة فيما يكتب وفيما يعالج من قضايا . وبعضهم لا يقرأ غير الكتب الديدية التي تدور في فلك العبادات فانفصل عن المجتمع وانفصل المجتمع عنه ، وجعل الاسلام كأنه طقوس وعبادات فقط لا يمس شئون المجتمع ، وهم بذلك يسهمون دون دراية في تأكيد فصل الدين عن الحياة أو ما يسمى بالعلمانية .

وبعض الكتاب حين يكتب للصحافة الاسلامية الصادرة في مصر نجد مقالاته دون المستوى ولكن حين يكتب للصحف التي تصدر في بعض دول الخليج مثلا نجده يجود مقالاته ويحسن في أسلوبه والأمثلة على ذلك كثيرة .

وبعض الذين يشرفون على الصحف الاسلامية ليس لديهم ثقافة اسلامية أصلية ، ولا أدري ماذا اختيروا رؤساء تحرير مع أن هناك عناصر اسلامية أصلية يمكن أن تتولى الاشراف على هذا الأمر .

وبعض المحررين ينقلون عن غيرهم دون وعي عندما يجرون الأحاديث أو التحقيقات الصحفية ، ولا يعرفون إذا كان ما أملى عليهم يتفق مع تعاليم الاسلام الصحيحة أو لا يتفق ، وهم بذلك يشيرون بالبلبة لدى الرأي العام لذلك فنحن دائما ما نؤكد أنه يجب على المحررين الذين يعملون في المجلات والصحف الاسلامية أن يكونوا على دراية وثقافة واسعة بالدين الاسلامي ، فليس كل من يزعم أنه محرر إسلامي أو كاتب إسلامي نطلق له العنان في الشئون الإسلامية .

ثانيا : من ناحية الشكل والخراج :

رغم أن الاخراج الصحفي تطوروا كبيرا في العصر الحاضر نتيجة للتقدم التقني في الطباعة والتصوير والتحميض وظهرت الصحف في شكل جميل منسق متنوعة الموضوعات والأشكال والصور ، مختلفة تماما عن

الصحف في شكلها القديم، حيث كانت الصحف تظهر بمظهر الكتب من الإخراج والتبويب وطريقة الطبع وأسلوب الكتابة والتحرير وغير ذلك. ورغم ذلك إلا أن واقع المجلات الإسلامية المتخصصة يعيل إلى الشكل القديم، ويقصرها على اتخاذ الأبحاث والمقالات أساء لها، الأمر الذي يجعلها معزولة عن حركة المجتمع ومواكبة الصحافة المعاصرة ويجعلها أقرب إلى الحوليات والكتب ومجلات الجامعات، هذه المجلات التي لا يقرؤها إلا المتخصصون ومن ثم لا يكون للمجلة الإسلامية تأثير في القاعدة الجماهيرية العريضة، هذه القاعدة التي يجب أن تنزل إليها المجلات الإسلامية لترتفع بمستواها إلى الثقافة الإسلامية الرفيعة، لأن هذه القاعدة مغيبة العقل، ومسطحة الفكر وخاضعة تحت تأثير الاعلام الزائف، ولا سيما الاعلام التليفزيوني الذي يؤثر على الجماهير بشكل كبير، وجعلها أسيرة أنماط اجتماعية معينة، أسيرة لما يقدمه من معالجة لمشاكل العصر السياسية والاجتماعية.

ثالثا : من ناحية المضمون :

وهنا يجب أن أفتنه إلى أن المضمون الذي يقدم على صفحات المجلات الإسلامية منفصل إلى حد كبير عن واقع المجتمع وقضاياه فعلى سبيل المثال هناك مجلات تضيء على نفسها إسلامية وهي تقدم فكرة معينة أو طريقة معينة أو جمعية معينة أو دولة بذاتها أو تروج لثقافة بعينها. مع أن المجلة الإسلامية لا بد أن تكون موضوعية متجردة عن الهوى، وأن تعالج القضايا الإسلامية، من وجهة نظر الاسلام ومبادئه الشاملة، وأن تضم حلولاً إيجابية لما يقدم من مشاكل بدلاً من أن تسكت بالانارة.

رابعا : من الناحية المادية :

تعانى الصحافة الإسلامية من مشكلة المواد المالية فلأنها كما يقول

الاستاذ فهمى هويدى صناعة مكلفة للغاية ودخول سوقها يتطلب قدرة مادية فائقة يتجاوز حدود القائمين على الصحافة الاسلامية ، ومن ثم فإن الصحافة يقضى أن تعتمد على مصدر تمويل إن كان دولا فذلك يعنى قيد على حرية الصحافة وإن كان مؤلين كبار فإن الأمر لا يختلف ، بالإضافة إلى ذلك فالمعلنون كثيرا ما يهجمون عن التعامل مع الصحافة الاسلامية. أيضا هناك بعض الاعلانات تعرض عنها الصحافة الاسلامية كالتخوير والدخان و اعلانات العطور. فالصحيفة الاسلامية فقيرة الامكانيات الأمر الذى يؤثر على طباعتها ونوع الورق المستخدم فيها والخدمة التى تؤديها .

خامسا : من ناحية المعلومات :

تعانى الصحافة الإسلامية أيضا من مشكلة المعلومات النابعة أساسا من هيمنة وكالات الأنباء العالمية على المعلومات التى تتركز إلى مختلف أنحاء العالم حتى أن الدراسات تشير إلى أن ٩٠٪ من المعلومات التى تنشر فى صحف العالم الثالث مصدرها ومحورها هو تلك الوكالات الغربية .

سادسا : التوزيع :

تعانى الصحافة الاسلامية من مشكلة التوزيع ، فلا تحظى بالتوزيع بالقدر الذى يحظى به غيرها من المجلات ذات التوجهات الأخرى ، وهذا أيضا راجع إلى عجز فى قدرتها المادية أو المالية ، الأمر الذى لا يجعل الصحيفة الاسلامية تصل إلى القارىء فى مكان تواجدده ، ويجعل معظم المجلات الاسلامية ضعيفة ومحدودة التوزيع .

سابعا : من ناحية اللغة فعظم المجلات الاسلامية تصدر باللغة العربية وبما أن العالم الاسلامى تتعدد فيه اللغات فلا تصل المجلة الاسلامية إلى كافة أنحاء العالم الاسلامى ولا تؤثر فيه .

عوامل نجاح الصحافة الاسلامية :

نذكر هنا بعض المقومات التي وضعها المتخصصون لنجاح أية صحيفة اسلامية :-

- ١- أن يتوافر لها دعم مادي مناسب يمكنها من أداء رسالتها .
- ٢- أن يتوفر لها قدر من المعلومات من خلال شبكة معلومات اسلامية أو وكالة أنباء دولية تعمل في إطار إسلامي .
- ٣- إعداد كوادر إسلامية متخصصة لديها ثقافة اسلامية عريضة ومتنوعة ، وأن لا يضيق على المتخرجين من أقسام الاعلام الاسلامي العمل في هذه الصحف .
- ٤- أن يتوفر للصحف الاسلامية إخراج جيد ، وأن تأخذ بأفضل وأحدث النظم المتبعة في الطباعة والاخراج والتوزيع .
- ٥- وضوح الأهداف التي يعمل القائمون بالصحافة الاسلامية على تحقيقها ، وأن يكونوا من الهادفين إلى نشر الوعي الديني والثقافة الاسلامية الشاملة .
- ٦- أن يحرصوا على استخدام لغة يفهمها الجمهور المستقبل لرسالة هذه الصحف .
- ٧- أن يجعلوا جماهيرهم على علم كاف بظروفها التاريخية والاجتماعية والاقتصادية والثقافية حتى يكونوا على علم بما يجب عليهم أن يقوموا به من مهام وأقتناع كامل بما يقدم لهم .
- ٨- أن يحرصوا على أن تنوفاً للرسالة الاعلامية الاسلامية كافة العوامل التي تساعد على نجاحها .

وكالة الأنباء الإسلامية

نشأت فكرة تأسيس وكالة أنباء إسلامية (خاصة بالدول الإسلامية) منذ أكثر من ثلاثين عاما ، ولم تخرج إلى حيز التنفيذ إلا عندما طرحت على مؤتمر وزراء الخارجية للدول الإسلامية المنعقد في مدينة كراتشي بباكستان في ديسمبر من عام ١٩٧٠ م .

وكان السبب في إنشاء أو التفكير في إنشاء هذه المؤسسة الاعلامية هو احتكار وكالات الأنباء العالمية وهيمنتها على مصادر الأخبار والمعلومات ، وتعتمد معظمها إلى تلوين وتحريف الأخبار والمعلومات المتعلقة بالمسلمين وقضاياهم داخل العالم الاسلامي وخارجه ، فضلا عن ذلك إيجاد نوع من التعاون والتنسيق والتبادل الاعلامي بين وكالات الأنباء الوطنية الإسلامية في البلاد الإسلامية .

لهذه الأسباب وافق المؤتمر على إنشاء هذه الوكالة ، وحث على ضرورة الأعداد الجيد لها لتؤدي الدور المنوط بها في الدفاع عن الدول الإسلامية وقضاياها على المستوى الدولي ، وقام عدد من الخبراء بعقد اجتماعات في طهران في ابريل من عام ١٩٧١ م لوضع الخطوط الرئيسية للوكالة وتحديد أهدافها ووظائفها ووضع دستورها ، وقد تقرر خلال هذا الاجتماع أن تكون الوكالة في مرحلتها الأولى عبارة عن اتحاد لوكالات أنباء محلية في الدول الإسلامية ، وأن يطلق عليها اسم وكالة الأنباء الدولية «إينا» ويكون مقرها طهران عاصمة إيران .

وقد وافق المؤتمر الثالث لوزراء خارجية الدول الإسلامية المنعقد في مدينة جدة بالمملكة العربية السعودية في فبراير عام ١٩٧٢ على دستور الوكالة وأهدافها لكنه قرر أن تكون مدينة جدة مقرها .

واقع الوكالة

لقد كان ينتظر من وكالة الأنباء الإسلامية دأينا، كما جاء في بواعث إنشائها أن تملأ الفراغ الموجود في وسائل الاعلام الدولية عن الاسلام والمسلمين وقضاياهم إلا أنها للأسف لا تمتلك إمكانات الوكالات المحلية، وبالتالي ليس لها أى نشاط على الساحة الاعلامية الدولية وذلك رغم اشتراك أربعين دولة إسلامية في عضويتها. ورغم الجهود الكبيرة التي بذلت في تأسيسها ولم يتحقق الهدف التي أنشئت من أجله، وعلى حد تعبير أحد الباحثين ولدت وكالة الأنباء الإسلامية الدولية ميتة ولم تفعل شيئاً يدعم استقلال المسلمين إعلامياً ولم تقلل من سيطرة وكالات الأنباء العالمية على وسائل الاعلام داخل الأقطار الإسلامية، ولم تحقق هدفاً من الأهداف التي حددتها لنفسها (١).

هذا برغم حاجة العالم الاسلامي إلى وكالة أنباء إسلامية دولية قوية، تنقل للرأى العام العالمى حقائق الأحداث التي تجرى في العالم الاسلامي، في إطار من التنظيم العلمى والعملى المواسب لتطلعات المسلمين وآلام وأمانهم، ومواجهة وكالات الأنباء العالمية التي تعتمد إلى تشويه صورة الاسلام والمسلمين، ولا تهتم بأحداثهم وقضاياهم ونقل تصوراتهم الصحيحة في مختلف القضايا السياسية والاقتصادية والاجتماعية (٢).

وتركز في المقام الأول على أخبار ومصالح بلادها، وغالباً - كما ذكرنا - على أكثر من موضع في هذا الكتاب - ما تقوم بتشويه مقصود لكثير

(١) بسيونى الحلوانى، وكالة الأنباء الإسلامية الدولية دأينا، بحث قدم إلى ندوة الاعلام الإسلامى المنعقدة في جامعة الأزهر ذى القعدة ١٤١٢ - مايو ١٩٩٢م، ص ١

(٢) المرجع السابق، ص ٢

من الحقائق والأحداث التي تتعارض ومصالح الدول التي تملك هذه الوكالات العالمية وتلون الأخبار وتزيف المعلومات بالطريقة التي تخدم أهداف تلك الدول ، كما أن خطورة هذه الوكالات تكمن في إتساع نطاق نفوذها والمدى البعيد الذي يمتد إليه توزيعها للأنباء ، والآثار العميقة التي تحدثها في الرأي العام ، حتى أصبحت هذه الوكالات سلاحا خطيرا وفعالا لغزو بلاد المسلمين ثقافيا وإعلاميا ، والسيطرة على تفكير الإنسان المسلم وتوجيهه وجهة غريبة أو غير إسلامية :

إن من أهم العوائق التي تواجه وكالة الأنباء الإسلامية الدولية نقص التمويل ، وقلة عدد الكفاءات البشرية ، الأمر الذي يجعلها غير فعالة في إطار نظام إعلامي دولي به وكالات أنباء دولية عملاقة لديها من الامكانيات المادية والتكنولوجية ، أو الخبرات والكفاءات البشرية الهائلة ، ولقد تم تكليف أمين منظمة الدول الإسلامية بتولى مسئولية الاشراف عليها نظرا لنجاحه في الاشراف وتولى مسئولية المنظمة (١) .

١ - دستور وكالة الأنباء الإسلامية (*)

تمشيا مع قرار مؤتمر وزراء الخارجية الإسلامي الثاني بـكراتشي تؤسس وكالة أنباء إسلامية دولية ، إينا ، . تتكون المرحلة الأولى من جمعية لوكالات الأنباء الوطنية أو منظمات مشابهة حسبما تعين من قبل الدول الأعضاء .

٢ - المركز الرئيسي

يكون المركز الرئيسي لوكالة الأنباء الإسلامية الدولية في جدة

(١) د. ماجي الحلواني ، القمر الصناعي الإسلامي تهدى حضارى وحضرة

عصرية ، القاهرة ١٩٧٧ م ص ٥٤

(٥) صدر في كولالمبور في يوم ١٦ ، ١٧ أغسطس ١٩٧٢

٣- الأهداف

- إن أهداف وكالة الأنباء الإسلامية الدولية في جدة كما يلي :-
- (أ) تعزيز وحماية التراث الإسلامى الضخم .
 - (ب) إنشاء علاقات أوثق بين الدول الأعضاء .
 - (ج) تعزيز الصلات المهنية والتعاون الفنى بين الوكالات الأعضاء .
 - (د) العمل على توحيد أهداف العالم الإسلامى .
 - (هـ) العمل على إيجاد تفهم أكبر بين الشعوب الإسلامية للمسائل السياسية والاقتصادية والاجتماعية .
 - (و) العمل على إنشاء وكالة أنباء إسلامية دولية متكاملة يكون لها مراكز إقليمية خاصة بها .

٤- الوظائف

- وظائف وكالة الأنباء الإسلامية تكون كما يلي :-
- (أ) تسهيل تبادل الأنباء والمقالات والصور .
 - (ب) تنسيق وتوزيع الأنباء التى تهتم العالم الإسلامى .
 - (ج) تسهيل تبادل المراسلين الصحفيين .

- هـ - هيئات وكالة الأنباء الإسلامية الدولية
- يكون لوكالة الأنباء الإسلامية الدولية الهيئات التالية :
- (أ) الجمعية العامة .
 - (ب) المجلس التنفيذى .

٦- الجمعية العامة

تؤلف الجمعية العامة من ممثلى وكالات الأنباء الوطنية أو من منظمات وشابة لها من قبل الدول الأعضاء .

(م هـ - الإعلام الإسلامى)

٧- تتمتع الجمعية العامة مرة كل سنتين .

٨- يجب أن يتفق زمان ومكان مثل هذا الاجتماع مع اجتماع مؤتمر وزراء خارجية الدول الإسلامية ويعقد اجتماع فوق العادة للجمعية العمومية عند إستلام المجلس التنفيذي طلبات خطية لا يقل عن نصف أعضاء وكالة الأنباء الإسلامية الدوابة .

٩- المجلس التنفيذي .

يتألف المجلس التنفيذي من سبعة أعضاء ستة منهم ينتخبون من قبل الجمعية العامة الأمين العام للمؤتمر الاسلامى أو مثله بحكم منصبه مقام عضو، وينتخب المجلس التنفيذي .

١٠- يخدم أعضاء المجلس التنفيذي المنتخبون لمدة سنتين وبعاد إلتخاب الأعضاء لمدة سنتين آخرين .

١١- تتخذ قرارات المجلس التنفيذي بأغلبية بسيطة .

١٢- يفوض المجلس التنفيذي فى تعيين سكرتير للمساعدة فى أعماله .

١٣- يحق للمجلس التنفيذي حينما تقتضى الضرورة « أن يستشير أعضاء وكالة الأنباء الإسلامية الدولية . بمراسلة خطية ويعتبر الاقتراح المعمم على أعضاء وكالة الأنباء الإسلامية خطيا من قبل الأغلبية المطلوبة نافذ المفعول .

١٤- المالية

تمول وكالة الأنباء الإسلامية الدولية من :

(أ) رسوم العضوية وتحدد من قبل الجمعية العامة .

(ب) الهبات والاعانات المقدمة من الدول الأعضاء على أن تتخذ من قبل الجمعية العامة .

إن لغات وكالات الأنباء الإسلامية الدولية هي العربية ، والإنجليزية ،
والفرنسية .

منظمة إذاعات الدول الإسلامية

قامت هذه المنظمة بموجب قرار من المؤتمر السادس لوزراء خارجية
الدول الإسلامية المنعقد في جدة (رجب ١٣٩٥ - يوليو ١٩٧٥) - وتحدد
أهداف هذه المنظمة في الآتي :

- ١ - نشر الدعوة الإسلامية .
- ٢ - الاهتمام بالتراث الإسلامي .
- ٣ - التعريف بالقضايا الإسلامية والدفاع عنها .
- ٤ - تعريف الشعوب الإسلامية ببعضها وتعميق روح الإخاء
الإسلامي بينها .
- ٥ - دعم العلاقات بين أعضاء المنظمة لتوحيد جهودها في خدمة
أهدافها المشتركة .
- ٦ - التعريف بالأسس السياسية والاجتماعية والاقتصادية والتربوية
التي ترتكز عليها دعوة التضامن الإسلامي .
- ٧ - تبادل البرامج الإذاعية والأخبار والمعلومات التقنية ، وكذلك
تدريب المواطنين في المجالات الإذاعية المنظمة .
- ٨ - التنسيق في مجال الإرسال الإذاعي وتخطيط البرامج فيما بين
أعضاء المنظمة .
- ٩ - تنظيم التعاون مع المنظمات الدولية للإذاعات بحيث تضمن المنظمة
دفاعاً موحداً عن متطلباتها في الجداول الأسبوعية للبرامج وفي غيرها
من المسائل التي تمسها .

١٠ - حل كافة المشا كل الاذاعية التي تحدث بين الأعضاء بروح الاخوة الاسلامية وضمن إطار المجلس التنفيذي أو الجمعية العامة للمنظمة .

١١ - تنمية التعاون بين المؤسسات الفنية للدول الأعضاء وتطويرها وصولاً بها إلى مستوى العلاقات الأخوية المتينة بين الأقطار الشقيقة .

... وعلى الرغم من هذه الأهداف المثالية ، إلا أن نجاح هذه المنظمة في تحقيق تلك الأهداف كان معقولا إلى حد معتدل فقد حال عدم تسديد الدول الأعضاء الحصص المالية دون تنفيذ مشروعات المنظمة ، ولم تقم بدور فعال في خدمة عالمية الدعوة الاسلامية من خلال الأهداف التي حددتها لنفسها ، وذلك لأسباب عديدة منها نقص التمويل المادى ، والأجهزة التي يمكن أن ترتبط بالمنظمة بشكل فعال لتحقيق أهدافها ، علاوة على عدم قدرة المنظمة على التفاعل بشكل مكثف مع المؤسسات الإذاعية في الدول الأعضاء ، للوصول إلى تنفيذ الخط الإسلامى الاعلامى المشترك بالرغم من جهد القائمين بهذا الجهاز وعلى رأسه الأستاذ أحمد فراج أمين عام منظمة الاذاعات الاسلامية الذى بذل من الجهد الكثير فى سبيل تدويل البرامج ودعمها بين الدول الإسلامية ، ومحاولة إيجاد وسائل عديدة للترويج لهذه البرامج وخلق مجالات مختلفة لها ، إلا أنها فى حاجة إلى دعم متزايد كلما أمكن بالطبع (١)

(١) المرجع السابق ص ٥٢ - ٥٣

الإذاعات الدينية الإسلامية

إن أكثر من نصف الدول العربية تقريباً تقدم خدمات إذاعية موجهة إلى مناطق خارج الحدود الوطنية لها ، وأكثر هذه الخدمات موجهة إلى مناطق العالم العربى ، وبعضها الآخر يسعى للوصول إلى أنحاء متفرقة فى العالم فى أفريقيا وآسيا وأوروبا وأمريكا الشمالية والجنوبية ^(١) .

وعلى الرغم من ذلك ، فإن الخدمات التى تبث إلى الشعوب الإسلامية فى الدول غير العربية سواء فى أفريقيا أو آسيا فيلاحظ أن هذه الخدمات تكاد تنحصر فى دولتين هما جمهورية مصر العربية ، المملكة العربية السعودية .

أولاً: محطة القرآن الكريم فى مصر :

أنشئت هذه المحطة الخاصة بخدمة القرآن الكريم فى ٢٩ مارس ١٩٦٤ م . وذلك لمكانة القرآن الكريم فى المجتمع الإسلامى ، ونظراً لمكانة مصر الإسلامية المتميزة بين الدول الإسلامية وذلك بعد أن قامت حكومة مصر العربية بإنشاء العديد من الخدمات الإذاعية المختلفة وذلك عقب ثورة يوليو ١٩٥٢ م .

أهداف محطة القرآن الكريم :

- ١ - إذاعة القرآن الكريم لساعات طويلة تهدف إلى ربط المجتمع بآيات الذكر الحكيم .
- ٢ - جذب عدد من المستمعين للإلتفات حول القرآن الكريم والتزود منه بمعانى الخير والفضيلة .

١ - د. فاروق أبو زيد : إنهباء النظام الإعلامى الدولى ، ط ١ ، القاهرة ، مطابع الأخبار ، ١٩٩١ ، ص ١٣٦ .

- ٣ - المساعدة فى تحفيظ القرآن الكريم وتجويده وضبط أحكامه .
 - ٤ - حفظ القرآن الكريم من التحريف الذى تقوم به بعض الجهات الملحدة .
 - ٥ - تزويد المستمعين بالثقافة القرآنية المختلفة من برامج تدور كلها حول القرآن باعتباره مصدر الحياة للإنسان .
 - ٦ - ربط المستمع بالقرآن الكريم عن طريق تقديم نماذج له من حياته التى يعيشها من خلال المعانى القرآنية .
 - ٧ - محاولة خلق وإيجاد مستمعين من الدول الآسيوية التى يصل إليها إرسال الخدمة الآن^(١) .
- ويغطى إرسال إذاعة القرآن الكريم الآن شمال أفريقيا والشرق الأوسط وغرب أوروبا ، وتذاع على ١٥ موجة متوسطة وقصيرة ، وقد بلغت ساعات إرسالها إلى ٢٠ ساعة فى اليوم^(٢) .
- وتقوم شبكة شبكة القرآن الكريم بتقديم العديد من البرامج الثقافية الدينية والتعليمية الدينية ، كما تقوم بنقل شعائر الصلاة ومناسك الحج ، وبرامج لمناقشة القضايا الإسلامية المعاصرة .
- وتحاول من خلال فترة البث أن تتناول البرامج الموضوعات التى تهتم كافة المسلمين من قراءة للمصحف المرتل وبرامج عن السيرة النبوية وعن القرآن والسنة وتفسير الأحاديث النبوية إلى مختلف البرامج التى تحاول إثراء فكر المستمع المصرى والعربى والإسلامى بوجه عام بكافة الأمور الدينية التى تهتمه .
- ١ - د. ماجى الحلوانى ، د. عاطف العبد : الأنظمة الإذاعية فى الدول العربية ، القاهرة ، دار الفكر العربى ، ١٩٨٧ ، ص ٤١٦ .
 - ٢ - د. فاروق أبو زيد : إنهار النظام الإعلامى الدولى ، مرجع سابق ، ص ١٣٨ .

ومن أهم البرامج التي تهتم بها الحديث الدينى ، فتقدم الحديث الدينى فى الإذاعة له دور مباشر فى متابعة قضايا الإنسان المعاصر من جهة نظر إسلامية ، والدخول من أول كلمة إلى صلب الموضوعات التى تهتم فى أمر دينه وهو أمر يترك أثراً سريعاً فى جمهور المستمعين وهم أحد أهم العناصر فى نظرية الاتصال^(١) .

ثانياً: إذاعة القرآن الكريم فى المملكة العربية السعودية :

١ - إذاعة نداء الإسلام فى مكة المكرمة .

٢ - إذاعة القرآن الكريم من الرياض .

تحرص المملكة العربية السعودية على أن تكون البرامج الإذاعية الإسلامية والدينية هما الغالبية فى كل إذاعتها المحلية والموجهة ، فقامت بإنشاء إذاعة نداء الإسلام فى مكة المكرمة ١٩٧٢م وتبث إرسالها لمدة ٤ ساعات يومياً ، تزداد أيام الجمع ، وخلال شهر رمضان ، ويصل إرسالها إلى مناطق كثيرة فى آسيا وأفريقيا ، وقد طورت إذاعة نداء الإسلام من برامجها وزاد عددها من ثمانية برامج أسبوعية وأربعة يومية إلى ١٧ برنامجاً أسبوعياً وتسعة برامج يومية .

إذاعة القرآن الكريم من الرياض :

تم إنشاء إذاعة القرآن الكريم فى مدينة الرياض عاصمة المملكة العربية السعودية عام ١٩٧٢م أيضاً ، ويلاحظ أنه تختلف أنه تختلف فترات البث ومدته فى كل من إذاعتى القرآن الكريم فى مكة المكرمة والرياض ، وتهتم هاتان الإذاعتان بتلاوة القرآن الكريم وترتيله وتقديم مسابقات القرآن الكريم ، كما تنجح

١ - د. ماجى الحلوانى : الإذاعات الموجهة ، القاهرة ، دار الفكر العربى ، ١٩٨٣ ، ص ١٤٥ .

الفائزين فيها مكافآت مجزية حثاً على التجويد فى حفظ كتاب الله الكريم ، وتبث إذاعة القرآن الكريم من مكة والرياض خلال موسم الحج برامج خاصة بالتوعية الإسلامية بغير اللغة العربية مثل .. الأردنية ، الأندونيسية ، الصومالية ، السواحلية ، الفارسية والتركية ، كما تنقل فى موسم الحج من كل عام المناسبات الدينية مثل الاحتفال بغسل الكعبة المشرفة ، ونقل صور حية لتحرك الحجاج من عرفات هذا بالإضافة إلى مساهمتها فى نقل المناسبات الدينية المحلية والعالمية للقرآن الكريم ^(١) .

وتبث إذاعة القرآن الكريم برامجها على موجات قصيرة إلى جانب الموجات المتوسطة ، وهذه الموجات القصيرة تساعد على انتشار الإذاعة فى شرق وجنوب آسيا ، وإلى شمال ووسط أفريقيا .

هذا وقد تطورت إذاعة القرآن الكريم تطوراً كبيراً ، وفى عام ١٩٨٠ زادت قوة الإرسال قوة الإرسال فوصلت إلى ألف كيلو وات مما زاد من تأثير هذه الإذاعة وزاد من ساعات إرسالها التى بدأت بست ساعات ، ساعتان فى الصباح وأربع فى المساء ، ثم وصلت إلى ١٨ ساعة مستمرة دون انقطاع اعتباراً من السادسة صباحاً وحتى الثانية عشر ليلاً .

١ - د. ماجى الحلوانى : الإذاعات الموجهة ، مرجع سابق ، ص ١٥٤ ، ١٥٥ .

انظرالمراجع الآتية :

١ - بدر أحمد كريم : نشأة وتطور الإذاعة فى المجتمع السعودى ، السعودية ، الكتاب العربى السعودى ، ط ١ ، ١٩٨٢ ، ص ١٤٤ .

٢ - د. ماجى الحلوانى : الإذاعات الموجهة ، مرجع سابق .

٣ - د. ماجى الحلوانى ، د. عاطف العبد : الأنظمة الإذاعية فى الدول العربية ، رجع سابق ، ص ١٠٦ ، ١٠٧ .

أهداف الاعلام الاسلامى

وينبغى أن ندرك بادية ذى بدء أن أهداف الاعلام الاسلامى لا تقتصر على جوانب الوعظ والارشاد المباشر والتوعية بتعاليم الدين لحسب، وإنما هو إعلام متكامل له أهدافه المتسعة المعنى من أخبار وتنقيف وتوجيه وإرشاد وتعاليم وتسليية وإمتاع إلى غير ذلك من الأهداف . وهو فى كل هذا يستمد مضامينه ومحتوياته من المناهج الاسلامية ، ويعرضها بالأساليب الاعلامية الجذابة فى وسائل الاعلام المتطورة البالغة التقنية لكل البشر (١) فى كل مكان وزمان .

ويمكن أن نبرز فى نقاط محددة أهداف الاعلام الاسلامى فيما يلى :-

- ١ - الدفاع عن حقوق المسلمين والحقوق الانسانية والحرية والكرامة
- ٢ - بناء الشخصية الإسلامية المتوازنة وتكوين المجتمع الإسلامى المتماسك المتكامل المبني على عقيدة الإسلام ومبادئه وقيمه .
- ٣ - تقوية روح الجهاد بين المسلمين والعمل على تماسك الأمة الإسلامية
- ٤ - النظر إلى كافة الأحداث والمعلومات والأحكام من منظور إسلامى .
- ٥ - إلقاء الضوء على كل ما يطرح من فكر أو اتجاه أو مستحدث من المستحدثات لدراسته وتقويمه بمعايير الإسلام ، وعلى هدى من مبادئه السمحة .
- ٦ - تبنى قضايا المسلمين وتقديم أمجح الحلول لها .
- ٧ - السعى إلى نشر عقيدة التوحيد ، والدعوة إلى العبودية الخالصة لله وحده .

(١) د. عبد الوهاب كحيل ، الاسس العلمية والتطبيقية للاعلام الإسلامى

مرجع سابق ، ص ٥٣

٨- تنقية الفكر الإسلامى من كل ما يعلق به من شوائب كالتقريب إلى الله بواسطة الأولياء أو الصالحين وبناء المساجد على القبور والقبول بالجبورية أو الحتمية الاقتصادية أو حركة التاريخ ، وصراع الطبقات أو وحدة الوجود ، ومذهب الحلول (١) .

٩- بيان زيف الحضارة الغربية الرأسمالية بمفاهيمها المنافية للإنسانية وإنانياتها التى تختفى وراء المؤسسات والنظم ، وأفكارها القائمة على العداينة بإبعاد الدين عن سائر مجالات الحياة السياسية والاقتصادية والثقافية ، والفصل بين العلم والدين والأخلاق والتربية .

١٠- التأكيد على حرية الإنسان من كافة القيود الخارجية كالسلطات الفاشية والقيود الداخلية المتمثلة فى الغرائز والشهوات .

١١- مواجهة الحضارة الشيوعية والاشتراكية القائمة على الإلحاد وإنكار القيم والمبادئ الأخلاقية وإهانة الدين وعلمائه .

١٢- تجديد الدعوة إلى التوحيد وتحرير العقيدة الإسلامية من مفترقات أعداء الإسلام ، وتنقية الدين من الأفكار المنحرفة كالعلبانية والمادية والاشتراكية .

١٣- العودة إلى نقاء الاسلام ، وبساطته والتأكيد على أن مصدره الرئيس الكتاب والسنة .

١٤- فضح العقائد الزائفة التى صنعها الاستعمار كالفاديانية والبايانية والبهائية وغيرها وتأكيد معنى سحرية الفرد وظهارة المجتمع الإسلامى .

١٥- الاهتمام باللغة العربية الفصحى لمغة القرآن الكريم والسنة النبوية والتمسك باستخدامها فى الأداء الإعلامى الطباعى والاذاعى المسموع

(١) د. إبراهيم إمام ، أصول الإعلام الإسلامى ، القاهرة ، دار الفكر العربى سنة ١٩٨٥ م ، ص ٣٤

منه أو الاذاعى المرقى، والعمل على ضرورة اتخاذها لغة دولية فى العالم الاسلامى كما ارادها الله أن تكون لغة القرآن والسنة النبوية المطهرة، وأداء التفكير بين جميع الدول الاسلامية .

١٦ - إشاعة الثقافة الاسلامية بمبادئها السامية وقيمها الرفيعة وترقية اهتمام الناس ، والسمو بعقولهم وسلوكهم ووجدانهم .

١٧ - محور الامة الحرفية والفكرية والسعى لتوحيد الامة وتضامنها فكرا ووجدانا وولاء وتطبيقا .

١٨ - بث روح الالفه والموده والتعارف والتآلف والانسجام بين سائر المسلمين وتبديد الغربة فيما بينهم (١) وتكون مجتمع متماسك متكافل مبنى على عقيدة الاسلام وقيمته ومبادئه .

١٩ - تبنى قضايا المسلمين وإبرازها وعرض أنجح الحلول لها والمطالبة بحقوق المستضعفين والأقليات الاسلامية ، والحث على مناصرتهم وللعمل على إنصافهم ، وهناك مشكلات ~~كثيرة~~ لأقليات إسلامية تحتاج إلى المساندة والدعم الاعلامى ، مشكلة ارتيريا وقبرص ومسلى البلقان أو ما كان يسمى بيوغسلافيا وكشمير وفلسطين والدول الاسلامية المظلومة فى كافة قارات الدنيا . ولا ينبغي أن تلهينا وكالات الأنباء العالمية الاجنبية عن قضايا المسلمين مهما فعلت من تعميم إعلامى عليها ، وإلقاء الضوء الباهر على مشكلات أخرى تريد أن تحتل مكان الطليعة فى وسائل الاعلام العالمية .

٢٠ - من أبرز أهداف الاعلام الاسلامى هو الوصول بالدرجة الأولى رأى العام المحلى والاسلامى والعالمى ، وتنمية الوعى الفكرى

(١) المرجع السابق ، ص ٣٢ - ٣٤

بقضايا الاسلام ، وتهيئة الأذهان لتقبل مبادئه ، أو إيجاد قناة ذهنية لدى المؤمنين به وغير المؤمنين .

٢١ - التقريب بين المذاهب الاسلامية المتناثرة ، وتصحيح المفاهيم والعادات والتقاليد البالية التي لا تتفق والعصر والحاضر ، وتمشئة الأجيال تلمشئة سياسية واجتماعية جديدة تلبيع من مفاهيم الاسلام وتثريعاته ، وتقوية التضامن الإسلامى ، وتصحيح الصورة النمطية الذهنية من العالم الاسلامى . ومقاومة الغزوات الخارجية التي تستهدف الاسلام والمسلمين سواء كانت هذه الغزوات سياسية أو دينية أو مذهبية ، ومواجهة الدعايات المغرضة التي تقوم بها أجهزة الاعلام الدولية المتطورة . وربط المسلمين ببعضهم البعض من خلال توجيهات الآيات القرآنية والأحاديث النبوية الشريفة .

٢٢ - بث برامج دينية اسلامية إلى الدول الأجنبية التي لا تعرف إلا أقل القليل عن الاسلام ومبادئه وتثريعاته ، ونشر الثقافة الاسلامية باعتبارها أساسا للسلوك الانسانى القويم ومنبعها لتوجيه جميع عناصر الثقافة الاسلامية (١) .

(١) د. محي الدين عبد الحليم ، الإعلام الإسلامى وتطبيقاته العملية . مرجع سابق ، ص ٢٨٤

الفصل الثالث

مكونات العملية الاتصالية في الاعلام الاسلامى

مكونات العملية الاتصالية في الاعلام الاسلامي

الاتصال باعتباره ظاهرة اجتماعية يحتاج إلى عناصر أساسية تتفاعل مع بعضها البعض ، في توصيل المعلومات والمعاني والرموز ، فالإتصال يتضمن تفاعلات متبادلة أولها يتمثل في إرسال وإستقبال الرسائل وثانيها في تحرير وفهم تلك الرسائل وثالثها في المشاركة والتناغم مع أفكارها :

وتتلخص مكونات العملية الاتصالية في المقولة الشهيرة التي أوردها عالم الاتصال الأمريكي هارولد لاسويل من يقول ماذا؟ بآية وسيلة إلى من وبأى تأثير؟ من يقصد بها المرسل أو القائم بالاتصال الذي يوجه الرسالة سواء أ كان فردا أو جهازا إعلاميا ، وسواء أ كان دار صحفية أو إذاعة أو تلفزيون أو غير ذلك . يقول ماذا؟ يعنى ماهية الرسالة الإعلامية مضمونها . شكلها ، مكوناتها . بأى وسيلة ؟ المقصود بهذا العنصر الوسيلة التي تحمل الرسالة الإعلامية سواء أ كانت وسيلة سمعية أو بصرية أو وسيلة مفرقة . لمن؟ يعنى بهذا العنصر الجمهور المستقبل للرسالة الإعلامية ، ونوعية هذا الجمهور ثقافته ، مستواه الاقتصادي عمره ، نوعه . بأى تأثير . التأثير هو الهدف النهائي للرسالة الإعلامية وهو الذي يتمثل في رجوع العدى إلى المرسل ، نتيجة للتأثر بالرسالة (١) .

فالعلاقة الاتصالية إذن تشمل على خمسة عناصر أساسية :-

- أولا : القائم بالاتصال ، المرسل ، ، ثانيا : الرسالة .
- ثالثا : الوسيلة ، ، رابعا : المستقبل .
- خامسا : التأثير أو رجوع العدى .

(١) د. محيى الدين محمد الحليم ، الإعلام الإسلامى ، مرجع سابق ص ٣٨

القائم بالاتصال في الإعلام الإسلامي

والقائم بالاتصال في أى نوع من أنواع الاتصال يشمل كل الذين يشتركون في إعداد الرسائل الاتصالية، والقائم بالاتصال يعتبرها عنصرا من العناصر التي تخضع لحسن الاختيار ، ولذلك لا بد من إختيار أفضل العناصر التي ستقوم بتوصيل الرسالة الاعلامية الإسلامية ولا بد أن تتوافر فيهم مهارات أساسية تمكنهم من إعداد الرسالة بدقة ، والتعبير عن الأفكار ، واستخدام الكلمات التي تعبر عن المعاني بأكبر قدر من الوضوح وفي شكل يستطيع المتلقي أن يفهمه ، وأن يستخدم القائم بالاتصال أيضا اللغة في شكل دقيق بحيث يصبح المعنى واضحا لدى المستمعين أو ... المشاهدين ، فقدره القائم بالاتصال اللغوية عنصر هام في عملية الاتصال وضعف مهارات الاتصال تحد أو تقيد أفكارنا وقدرتنا على التأثير في تلك الأفكار (١).

والقائم بالاتصال في حقل الإعلام الإسلامي هو ذلك الشخص المحترف الذي يستهدف التأثير في الناس بأفكار لديه خلفية واسعة عنها يؤمن بها ويعبر عنها في سلوكه وتصرفاته ، ويستخدم لذلك كافة إمكانات وسائط وأشكال الاتصال المتاحة ، ومختلف الوسائل الإقناعية من أجل تكوين رأى هام يدرك حقائق الدين الإسلامي ويعيها جيدا ويتأثر بها في معتقداته ومعاملاته وذلك وفق منهج علمي مدروس ومخطط ومستمر ، ودون أن يبغي بذلك منصبا أو جاها (٢).

(١) د . جيهان رشقي ، الأسس العلمية لنظريات الإعلام ، القاهرة ، دار الفكر العربي ، ١٩٧٥ ، ص ١٣٢ .

(٢) د . منير حجاب ، ضوابط الممارسة الإعلامية للقائم بالاتصال في حقل =

فلا ريب أن القائم بالإنصال يعد عنصرًا فعالًا وقويًا في عملية الإنصال ولا يمكن لأي فكرة أو دعوة يكتب لها النجاح دون وجود قائم بالإنصال مؤمن بها ، وقادر على حسن عرضها ، ولهذا فإن إعداد الإعلاميين الإسلاميين على درجة كبيرة من الأهمية ، لذلك يشترط في القائم بالإنصال في الإعلام الإسلامى شروط خاصة يمكن أن نوجزها فيما يلى :-

١ - الموضوعية التامة والحيدة والنزاهة والأمانة في نقل القيم الدينية والتعاليم السماوية ، لأنها ليست تعاليم الخاصة أو التابعة من عنده أو من فكره وإنما هي من عند الله ، ومرسلة لكل البشر عامة ، وليس القائم بالأعلام الإسلامى إلا قائم بتوصيل هذه المعلومات ، وعليه أن يعرضها بأمانة وموضوعية وصدق في أقواله وتصرفاته وأفعاله ، ولذلك فإن الإعلام الإسلامى يجب أن يقوم به مسلمون عاملون بدينهم متفهمون لطبيعة الإعلام ووسائله الحديثة وجاهزية المتباينة^(١)

٢ - الذكاء والحذق والقدرة على التصرف ، والمقدرة العلمية والموهبة الفطرية والقدرة على الحوار والمناقشة ، والدراسة الإعلامية الشاملة المتخصصة والمتعمقة .

٣ - أن يعرف اهتمامات الجماهير والمستويات المختلفة للجماعات التي تشكل جمهور المستقبلين لرسالته .

٤ - الثقافة الإسلامية والتاريخية والأدبية والفلسفية والإنسانية بوجه عام .

= الإعلام الإسلامى بحث مقدم إلى ندوة الإسلام الإسلامى المتقدم في مركز صالح كامل ، بجامعة الأزهر - القاهرة ذو القعدة ١٤١٢ هـ ، مايو ١٩٩٢ م ص ٤
(١) محمد الوهاب كحيل ، الأسس العلمية والتطبيقية للإعلام الإسلامى
مرجع سابق ، ص ٤٠ ، ٤٨

٥ - القدرة على استيعاب القضايا والمسا كل المطروحة في مختلف مجالات الحياة ، وأن يكون قلبه مفعما بالحب متمنيا الهداية والخير للجميع .

٦ - أن يعالج قضاياها في هدوء واتزان وروية ، وأن يمتلك المقدرة على الإقناع والتأثير والعدالة في الحكم على الأشياء .

٧ - المقدرة على القراءة الواعية والإستماع والكتابة والحديث والتفكير السليم ، واليقظة الكاملة (١) لكل ما يدشر في وسائل الاعلام العالمية ، وما يثار من قضايا ومستجدات .

فضلا عن ذلك هناك بعض الأمور التي يجب على القائم بالاتصال مراعاتها لإدراك المستقبل وتأثره بالرسالة الاتصالية .

(١) يجب على القائم بالاتصال أن يتوقع قيام الجمهور بتكوين معتقدات واتجاهات نحوه شخصيا وأن ذلك سوف يؤثر على استجاباتهم للرسالة التي يرغب في توصيلها لذلك ينبغي على القائم بالاتصال أن يكون حذرا وأن يرسل إلى الجمهور إشارات عن شخصيته واتجاهه تجعل إدراكهم له إيجابيا .

(٢) على القائم بالاتصال أن يدرك أنه في أثناء قيامه بعملية الاتصال فإن الجمهور يقوم في نفس الوقت بالتفكير في مضمون الرسالة بالإضافة إلى التفكير في أشياء تتصل بالقائم بالاتصال نفسه .

(٣) يجب على القائم بالاتصال مراعاة الفاعلية التي يقول بأن خصائص الشخصية يتم إدراكها في مجموعات ، وعليه أن يحاول أن يدركه الناس على أنه يتميز بأكثر عدد ممكن من الخصائص الطيبة .

(٤) على القائم بالاتصال أن يحصل باستمرار على أكبر قدر من رجع

رأي (٢) د. محمد الدين محمد الجليل ، الإعلام الإسلامي والقواعد والأهداف والأصول ، بحث مقدم إلى ندوة الإعلام الإسلامي ، مركز صالح كامل ص ١٧

الصدى أو المعلومات عن تقييم الجمهور له سواء بالإيجاب أو السلب وعليه بعد ذلك أن يحاول تدعيم الجوانب الايجابية وتغيير السلبية فيها .
(٥) إذا كان القائم بالاتصال يخاطب جمهور لأول مرة فإن عليه أن يكون حريصا جدا لكي يجعلهم يدركونه بالشكل الذي يريد (١) .

ثانيا : الرسالة :

والرسالة هي إحدى مكونات العملية الاتصالية الاعلامية ، وهي النتاج الفعلي للمادة للقائم بالاتصال أو مصدر الرسالة الاعلامية ، فحينما نتحدث فالحديث هو الرسالة ، وحينما نكتب فالكثابة هي الرسالة ، وعندما نرسم فاللوحة هي الرسالة ، وحينما نعد برنامجا تليفزيونيا أو إذاعيا فالبرنامج هو الرسالة .

فالرسالة هي المادة الخبرية أو الثقافية أو الدينية أو الترويجية أو غير ذلك من ألوان الفكر التي اختارها القائم بالاتصال للتعبير عن أهدافه (٢) . وينبغي أن تتوافر للرسالة الاعلامية كل الظروف المناسبة التي تهيئ لها النجاح ، وتزداد فاعلية الرسالة الإعلامية إذا كانت تتماشى مع الاحتياجات التي تؤدي إلى تحقيق الهدف ، وأن تأخذ في الاعتبار القيم السائدة والمواقف والآراء الخاصة بالمتلقي ، ومراعاة الجوانب التعليمية الثقافية لدى المتلقي .

ويمكن أن نقدم هنا أبرز العوامل التي تساعد على نجاح الرسالة الإعلامية فيما يلي :-

-
- (١) فرج السكامل : تأثير وسائل الاتصال ، الاسس النفسية والاجتماعية
القاهرة ، دار الفكر العربي ، ط ١ ، ١٩٨٥ ، ص ٦٣
(٢) محمود كرم سليمان ، التخطيط الإعلامي في ضوء الإسلام ، القاهرة دلت
الوقاء للنشر ، ١٩٨٨ ، ص ١١١

١ - أن يراعى فى الرسالة أن تهتم أكبر عدد ممكن من الجماهير المستقبلة لها، وأن تشعر هذه الجماهير بحاجتها إلى موضوع الرسالة وأن تعالج مشاكلهم، وتتناول مختلف قضاياهم.

٢ - أن تعد الرسالة بما يتناسب والظروف الخاصة التى تحكم كل وسيلة إعلامية وخصائص كل الوسائل الإعلامية، وتأثيرها ودراساتها.

٣ - يجب مراعاة المستويات المختلفة للجمهور والمستقبل للرسالة الإعلامية

٤ - أن توجه الرسالة باللغة التى يفهمها الجمهور ويتجاوب مع هوائها، وهذا يتطلب من القائم بالاتصال جهدا كبيرا فى صياغة الرسالة، حتى يتأكد أنها تحتوى على المعانى التى يقصدها على وجه التجديد ويتطلب ذلك كما سبق القول معرفة الداهية بمستوى الجمهور الذى سوف يستقبل رسالته من حيث اللغة على الأقل.

٥ - يجب ألا تأنى الرسالة متناقضة مع عادات المجتمع وتقاليدته وأن تأخذ فى اعتبارها اهتمامات المجتمع والجمهور الذى توجه إليه.

٦ - أن تتميز الرسالة الإعلامية بالبساطة والوضوح، وأن تستبعد منها العبارات والألفاظ المعقدة والغامضة.

٧ - يجب أن تتميز الرسالة الإعلامية فوق ذلك كله بالصدق والواقعية والشمول وجمال الأسلوب، مع وضوح البيان والتشويق، والالتزام بالأخلاق الإسلامية.

ثالثا: الوسيلة:

والوسيلة هى الأداة التى تحمل الرسالة إلى المتلقى، والوسيلة تتنوع

(١) المرجع السابق، ص ١١٣، د. محى الدين عبد الحليم، الإعلام الإسلامى وتطبيقاته العملية، مرجع سابق، ص ٣٧، ٣٨

حسب استخدام كل منها ، ويتوقف اختيار الوسيلة - على قدرات القائم بالاتصال ، وعلى قدرة الوسيلة على حمل وتوصيل الرسالة الاتصالية فيجب التأكيد على درجة التأثير الاعلامي لكل وسيلة إعلامية حيث أن لكل وسيلة امكانياتها التي تميزها عن غيرها ، والتي تتيح لها قدرات خاصة تلقى عليها مسئوليات تتفق وطبيعتها ، وتتلاءم مع قدرات الجمهور المتلقى وامكانياته الثقافية ووضعه الاجتماعي ، وانتقاء الوسيلة يؤدي إلى تحقيق المهدف المنشود من الإعلام ، لجمهور الأميين يناسبهم الراديو ، وجمهور القراء يناسبهم الصحف ، وكل طائفة لها وسيلة مناسبة لها ، كما أن لكل وقت وسيلة مناسبة فصدور للصحف في وقت غير مناسب يؤدي إلى عدم توزيعها ، والإذاعة في منتصف الليل فقط لن تجد كل المستمعين ، والارسال التلفزيوني غير مناسب في أوقات الانشغال بالعمل (١) .

وتنقسم وسائل الاعلام بوجه عام إلى عدة تقسيمات فهناك من يقسمها إلى وسائل قديمة مثل الخطابة والندوات والأسواق والمناداة وإشعال النيران على رؤوس الجبال . ووسائل حديثة مثل المطبوعات والإذاعة والتلفزيون والسينما والمسرح والأقمار الصناعية ، وهناك من يقسمها إلى وسائل مقروءة وتشمل الصحف والمجلات والدوريات والكتب والنشرات والكتيبات واللافتات والملصقات ، ووسائل سمعية وتشمل الإذاعة والتسجيلات الصوتية المختلفة وغيرها من الوسائل التي تعتمد على عنصر الصوت وحده .

ووسائل بصرية ، وتضم هذه الوسائل المعارض والنصب التذكارية

(١) المرجع السابق ص ٣٨ ، د. محمد الوهاب كحيل ، الأبنس العلمية والتطبيقية للإعلام الإسلامي ، مرجع سابق ، ص ٤٣ . (٢) (٣) (٤) (٥) (٦) (٧) (٨) (٩) (١٠) (١١) (١٢) (١٣) (١٤) (١٥) (١٦) (١٧) (١٨) (١٩) (٢٠) (٢١) (٢٢) (٢٣) (٢٤) (٢٥) (٢٦) (٢٧) (٢٨) (٢٩) (٣٠) (٣١) (٣٢) (٣٣) (٣٤) (٣٥) (٣٦) (٣٧) (٣٨) (٣٩) (٤٠) (٤١) (٤٢) (٤٣) (٤٤) (٤٥) (٤٦) (٤٧) (٤٨) (٤٩) (٥٠) (٥١) (٥٢) (٥٣) (٥٤) (٥٥) (٥٦) (٥٧) (٥٨) (٥٩) (٦٠) (٦١) (٦٢) (٦٣) (٦٤) (٦٥) (٦٦) (٦٧) (٦٨) (٦٩) (٧٠) (٧١) (٧٢) (٧٣) (٧٤) (٧٥) (٧٦) (٧٧) (٧٨) (٧٩) (٨٠) (٨١) (٨٢) (٨٣) (٨٤) (٨٥) (٨٦) (٨٧) (٨٨) (٨٩) (٩٠) (٩١) (٩٢) (٩٣) (٩٤) (٩٥) (٩٦) (٩٧) (٩٨) (٩٩) (١٠٠) (١٠١) (١٠٢) (١٠٣) (١٠٤) (١٠٥) (١٠٦) (١٠٧) (١٠٨) (١٠٩) (١١٠) (١١١) (١١٢) (١١٣) (١١٤) (١١٥) (١١٦) (١١٧) (١١٨) (١١٩) (١٢٠) (١٢١) (١٢٢) (١٢٣) (١٢٤) (١٢٥) (١٢٦) (١٢٧) (١٢٨) (١٢٩) (١٣٠) (١٣١) (١٣٢) (١٣٣) (١٣٤) (١٣٥) (١٣٦) (١٣٧) (١٣٨) (١٣٩) (١٤٠) (١٤١) (١٤٢) (١٤٣) (١٤٤) (١٤٥) (١٤٦) (١٤٧) (١٤٨) (١٤٩) (١٥٠) (١٥١) (١٥٢) (١٥٣) (١٥٤) (١٥٥) (١٥٦) (١٥٧) (١٥٨) (١٥٩) (١٦٠) (١٦١) (١٦٢) (١٦٣) (١٦٤) (١٦٥) (١٦٦) (١٦٧) (١٦٨) (١٦٩) (١٧٠) (١٧١) (١٧٢) (١٧٣) (١٧٤) (١٧٥) (١٧٦) (١٧٧) (١٧٨) (١٧٩) (١٨٠) (١٨١) (١٨٢) (١٨٣) (١٨٤) (١٨٥) (١٨٦) (١٨٧) (١٨٨) (١٨٩) (١٩٠) (١٩١) (١٩٢) (١٩٣) (١٩٤) (١٩٥) (١٩٦) (١٩٧) (١٩٨) (١٩٩) (٢٠٠) (٢٠١) (٢٠٢) (٢٠٣) (٢٠٤) (٢٠٥) (٢٠٦) (٢٠٧) (٢٠٨) (٢٠٩) (٢١٠) (٢١١) (٢١٢) (٢١٣) (٢١٤) (٢١٥) (٢١٦) (٢١٧) (٢١٨) (٢١٩) (٢٢٠) (٢٢١) (٢٢٢) (٢٢٣) (٢٢٤) (٢٢٥) (٢٢٦) (٢٢٧) (٢٢٨) (٢٢٩) (٢٣٠) (٢٣١) (٢٣٢) (٢٣٣) (٢٣٤) (٢٣٥) (٢٣٦) (٢٣٧) (٢٣٨) (٢٣٩) (٢٤٠) (٢٤١) (٢٤٢) (٢٤٣) (٢٤٤) (٢٤٥) (٢٤٦) (٢٤٧) (٢٤٨) (٢٤٩) (٢٥٠) (٢٥١) (٢٥٢) (٢٥٣) (٢٥٤) (٢٥٥) (٢٥٦) (٢٥٧) (٢٥٨) (٢٥٩) (٢٦٠) (٢٦١) (٢٦٢) (٢٦٣) (٢٦٤) (٢٦٥) (٢٦٦) (٢٦٧) (٢٦٨) (٢٦٩) (٢٧٠) (٢٧١) (٢٧٢) (٢٧٣) (٢٧٤) (٢٧٥) (٢٧٦) (٢٧٧) (٢٧٨) (٢٧٩) (٢٨٠) (٢٨١) (٢٨٢) (٢٨٣) (٢٨٤) (٢٨٥) (٢٨٦) (٢٨٧) (٢٨٨) (٢٨٩) (٢٩٠) (٢٩١) (٢٩٢) (٢٩٣) (٢٩٤) (٢٩٥) (٢٩٦) (٢٩٧) (٢٩٨) (٢٩٩) (٣٠٠) (٣٠١) (٣٠٢) (٣٠٣) (٣٠٤) (٣٠٥) (٣٠٦) (٣٠٧) (٣٠٨) (٣٠٩) (٣١٠) (٣١١) (٣١٢) (٣١٣) (٣١٤) (٣١٥) (٣١٦) (٣١٧) (٣١٨) (٣١٩) (٣٢٠) (٣٢١) (٣٢٢) (٣٢٣) (٣٢٤) (٣٢٥) (٣٢٦) (٣٢٧) (٣٢٨) (٣٢٩) (٣٣٠) (٣٣١) (٣٣٢) (٣٣٣) (٣٣٤) (٣٣٥) (٣٣٦) (٣٣٧) (٣٣٨) (٣٣٩) (٣٤٠) (٣٤١) (٣٤٢) (٣٤٣) (٣٤٤) (٣٤٥) (٣٤٦) (٣٤٧) (٣٤٨) (٣٤٩) (٣٥٠) (٣٥١) (٣٥٢) (٣٥٣) (٣٥٤) (٣٥٥) (٣٥٦) (٣٥٧) (٣٥٨) (٣٥٩) (٣٦٠) (٣٦١) (٣٦٢) (٣٦٣) (٣٦٤) (٣٦٥) (٣٦٦) (٣٦٧) (٣٦٨) (٣٦٩) (٣٧٠) (٣٧١) (٣٧٢) (٣٧٣) (٣٧٤) (٣٧٥) (٣٧٦) (٣٧٧) (٣٧٨) (٣٧٩) (٣٨٠) (٣٨١) (٣٨٢) (٣٨٣) (٣٨٤) (٣٨٥) (٣٨٦) (٣٨٧) (٣٨٨) (٣٨٩) (٣٩٠) (٣٩١) (٣٩٢) (٣٩٣) (٣٩٤) (٣٩٥) (٣٩٦) (٣٩٧) (٣٩٨) (٣٩٩) (٤٠٠) (٤٠١) (٤٠٢) (٤٠٣) (٤٠٤) (٤٠٥) (٤٠٦) (٤٠٧) (٤٠٨) (٤٠٩) (٤١٠) (٤١١) (٤١٢) (٤١٣) (٤١٤) (٤١٥) (٤١٦) (٤١٧) (٤١٨) (٤١٩) (٤٢٠) (٤٢١) (٤٢٢) (٤٢٣) (٤٢٤) (٤٢٥) (٤٢٦) (٤٢٧) (٤٢٨) (٤٢٩) (٤٣٠) (٤٣١) (٤٣٢) (٤٣٣) (٤٣٤) (٤٣٥) (٤٣٦) (٤٣٧) (٤٣٨) (٤٣٩) (٤٤٠) (٤٤١) (٤٤٢) (٤٤٣) (٤٤٤) (٤٤٥) (٤٤٦) (٤٤٧) (٤٤٨) (٤٤٩) (٤٥٠) (٤٥١) (٤٥٢) (٤٥٣) (٤٥٤) (٤٥٥) (٤٥٦) (٤٥٧) (٤٥٨) (٤٥٩) (٤٦٠) (٤٦١) (٤٦٢) (٤٦٣) (٤٦٤) (٤٦٥) (٤٦٦) (٤٦٧) (٤٦٨) (٤٦٩) (٤٧٠) (٤٧١) (٤٧٢) (٤٧٣) (٤٧٤) (٤٧٥) (٤٧٦) (٤٧٧) (٤٧٨) (٤٧٩) (٤٨٠) (٤٨١) (٤٨٢) (٤٨٣) (٤٨٤) (٤٨٥) (٤٨٦) (٤٨٧) (٤٨٨) (٤٨٩) (٤٩٠) (٤٩١) (٤٩٢) (٤٩٣) (٤٩٤) (٤٩٥) (٤٩٦) (٤٩٧) (٤٩٨) (٤٩٩) (٥٠٠) (٥٠١) (٥٠٢) (٥٠٣) (٥٠٤) (٥٠٥) (٥٠٦) (٥٠٧) (٥٠٨) (٥٠٩) (٥١٠) (٥١١) (٥١٢) (٥١٣) (٥١٤) (٥١٥) (٥١٦) (٥١٧) (٥١٨) (٥١٩) (٥٢٠) (٥٢١) (٥٢٢) (٥٢٣) (٥٢٤) (٥٢٥) (٥٢٦) (٥٢٧) (٥٢٨) (٥٢٩) (٥٣٠) (٥٣١) (٥٣٢) (٥٣٣) (٥٣٤) (٥٣٥) (٥٣٦) (٥٣٧) (٥٣٨) (٥٣٩) (٥٤٠) (٥٤١) (٥٤٢) (٥٤٣) (٥٤٤) (٥٤٥) (٥٤٦) (٥٤٧) (٥٤٨) (٥٤٩) (٥٥٠) (٥٥١) (٥٥٢) (٥٥٣) (٥٥٤) (٥٥٥) (٥٥٦) (٥٥٧) (٥٥٨) (٥٥٩) (٥٦٠) (٥٦١) (٥٦٢) (٥٦٣) (٥٦٤) (٥٦٥) (٥٦٦) (٥٦٧) (٥٦٨) (٥٦٩) (٥٧٠) (٥٧١) (٥٧٢) (٥٧٣) (٥٧٤) (٥٧٥) (٥٧٦) (٥٧٧) (٥٧٨) (٥٧٩) (٥٨٠) (٥٨١) (٥٨٢) (٥٨٣) (٥٨٤) (٥٨٥) (٥٨٦) (٥٨٧) (٥٨٨) (٥٨٩) (٥٩٠) (٥٩١) (٥٩٢) (٥٩٣) (٥٩٤) (٥٩٥) (٥٩٦) (٥٩٧) (٥٩٨) (٥٩٩) (٦٠٠) (٦٠١) (٦٠٢) (٦٠٣) (٦٠٤) (٦٠٥) (٦٠٦) (٦٠٧) (٦٠٨) (٦٠٩) (٦١٠) (٦١١) (٦١٢) (٦١٣) (٦١٤) (٦١٥) (٦١٦) (٦١٧) (٦١٨) (٦١٩) (٦٢٠) (٦٢١) (٦٢٢) (٦٢٣) (٦٢٤) (٦٢٥) (٦٢٦) (٦٢٧) (٦٢٨) (٦٢٩) (٦٣٠) (٦٣١) (٦٣٢) (٦٣٣) (٦٣٤) (٦٣٥) (٦٣٦) (٦٣٧) (٦٣٨) (٦٣٩) (٦٤٠) (٦٤١) (٦٤٢) (٦٤٣) (٦٤٤) (٦٤٥) (٦٤٦) (٦٤٧) (٦٤٨) (٦٤٩) (٦٥٠) (٦٥١) (٦٥٢) (٦٥٣) (٦٥٤) (٦٥٥) (٦٥٦) (٦٥٧) (٦٥٨) (٦٥٩) (٦٦٠) (٦٦١) (٦٦٢) (٦٦٣) (٦٦٤) (٦٦٥) (٦٦٦) (٦٦٧) (٦٦٨) (٦٦٩) (٦٧٠) (٦٧١) (٦٧٢) (٦٧٣) (٦٧٤) (٦٧٥) (٦٧٦) (٦٧٧) (٦٧٨) (٦٧٩) (٦٨٠) (٦٨١) (٦٨٢) (٦٨٣) (٦٨٤) (٦٨٥) (٦٨٦) (٦٨٧) (٦٨٨) (٦٨٩) (٦٩٠) (٦٩١) (٦٩٢) (٦٩٣) (٦٩٤) (٦٩٥) (٦٩٦) (٦٩٧) (٦٩٨) (٦٩٩) (٧٠٠) (٧٠١) (٧٠٢) (٧٠٣) (٧٠٤) (٧٠٥) (٧٠٦) (٧٠٧) (٧٠٨) (٧٠٩) (٧١٠) (٧١١) (٧١٢) (٧١٣) (٧١٤) (٧١٥) (٧١٦) (٧١٧) (٧١٨) (٧١٩) (٧٢٠) (٧٢١) (٧٢٢) (٧٢٣) (٧٢٤) (٧٢٥) (٧٢٦) (٧٢٧) (٧٢٨) (٧٢٩) (٧٣٠) (٧٣١) (٧٣٢) (٧٣٣) (٧٣٤) (٧٣٥) (٧٣٦) (٧٣٧) (٧٣٨) (٧٣٩) (٧٤٠) (٧٤١) (٧٤٢) (٧٤٣) (٧٤٤) (٧٤٥) (٧٤٦) (٧٤٧) (٧٤٨) (٧٤٩) (٧٥٠) (٧٥١) (٧٥٢) (٧٥٣) (٧٥٤) (٧٥٥) (٧٥٦) (٧٥٧) (٧٥٨) (٧٥٩) (٧٦٠) (٧٦١) (٧٦٢) (٧٦٣) (٧٦٤) (٧٦٥) (٧٦٦) (٧٦٧) (٧٦٨) (٧٦٩) (٧٧٠) (٧٧١) (٧٧٢) (٧٧٣) (٧٧٤) (٧٧٥) (٧٧٦) (٧٧٧) (٧٧٨) (٧٧٩) (٧٨٠) (٧٨١) (٧٨٢) (٧٨٣) (٧٨٤) (٧٨٥) (٧٨٦) (٧٨٧) (٧٨٨) (٧٨٩) (٧٩٠) (٧٩١) (٧٩٢) (٧٩٣) (٧٩٤) (٧٩٥) (٧٩٦) (٧٩٧) (٧٩٨) (٧٩٩) (٨٠٠) (٨٠١) (٨٠٢) (٨٠٣) (٨٠٤) (٨٠٥) (٨٠٦) (٨٠٧) (٨٠٨) (٨٠٩) (٨١٠) (٨١١) (٨١٢) (٨١٣) (٨١٤) (٨١٥) (٨١٦) (٨١٧) (٨١٨) (٨١٩) (٨٢٠) (٨٢١) (٨٢٢) (٨٢٣) (٨٢٤) (٨٢٥) (٨٢٦) (٨٢٧) (٨٢٨) (٨٢٩) (٨٣٠) (٨٣١) (٨٣٢) (٨٣٣) (٨٣٤) (٨٣٥) (٨٣٦) (٨٣٧) (٨٣٨) (٨٣٩) (٨٤٠) (٨٤١) (٨٤٢) (٨٤٣) (٨٤٤) (٨٤٥) (٨٤٦) (٨٤٧) (٨٤٨) (٨٤٩) (٨٥٠) (٨٥١) (٨٥٢) (٨٥٣) (٨٥٤) (٨٥٥) (٨٥٦) (٨٥٧) (٨٥٨) (٨٥٩) (٨٦٠) (٨٦١) (٨٦٢) (٨٦٣) (٨٦٤) (٨٦٥) (٨٦٦) (٨٦٧) (٨٦٨) (٨٦٩) (٨٧٠) (٨٧١) (٨٧٢) (٨٧٣) (٨٧٤) (٨٧٥) (٨٧٦) (٨٧٧) (٨٧٨) (٨٧٩) (٨٨٠) (٨٨١) (٨٨٢) (٨٨٣) (٨٨٤) (٨٨٥) (٨٨٦) (٨٨٧) (٨٨٨) (٨٨٩) (٨٩٠) (٨٩١) (٨٩٢) (٨٩٣) (٨٩٤) (٨٩٥) (٨٩٦) (٨٩٧) (٨٩٨) (٨٩٩) (٩٠٠) (٩٠١) (٩٠٢) (٩٠٣) (٩٠٤) (٩٠٥) (٩٠٦) (٩٠٧) (٩٠٨) (٩٠٩) (٩١٠) (٩١١) (٩١٢) (٩١٣) (٩١٤) (٩١٥) (٩١٦) (٩١٧) (٩١٨) (٩١٩) (٩٢٠) (٩٢١) (٩٢٢) (٩٢٣) (٩٢٤) (٩٢٥) (٩٢٦) (٩٢٧) (٩٢٨) (٩٢٩) (٩٣٠) (٩٣١) (٩٣٢) (٩٣٣) (٩٣٤) (٩٣٥) (٩٣٦) (٩٣٧) (٩٣٨) (٩٣٩) (٩٤٠) (٩٤١) (٩٤٢) (٩٤٣) (٩٤٤) (٩٤٥) (٩٤٦) (٩٤٧) (٩٤٨) (٩٤٩) (٩٥٠) (٩٥١) (٩٥٢) (٩٥٣) (٩٥٤) (٩٥٥) (٩٥٦) (٩٥٧) (٩٥٨) (٩٥٩) (٩٦٠) (٩٦١) (٩٦٢) (٩٦٣) (٩٦٤) (٩٦٥) (٩٦٦) (٩٦٧) (٩٦٨) (٩٦٩) (٩٧٠) (٩٧١) (٩٧٢) (٩٧٣) (٩٧٤) (٩٧٥) (٩٧٦) (٩٧٧) (٩٧٨) (٩٧٩) (٩٨٠) (٩٨١) (٩٨٢) (٩٨٣) (٩٨٤) (٩٨٥) (٩٨٦) (٩٨٧) (٩٨٨) (٩٨٩) (٩٩٠) (٩٩١) (٩٩٢) (٩٩٣) (٩٩٤) (٩٩٥) (٩٩٦) (٩٩٧) (٩٩٨) (٩٩٩) (١٠٠٠) (١٠٠١) (١٠٠٢) (١٠٠٣) (١٠٠٤) (١٠٠٥) (١٠٠٦) (١٠٠٧) (١٠٠٨) (١٠٠٩) (١٠١٠) (١٠١١) (١٠١٢) (١٠١٣) (١٠١٤) (١٠١٥) (١٠١٦) (١٠١٧) (١٠١٨) (١٠١٩) (١٠٢٠) (١٠٢١) (١٠٢٢) (١٠٢٣) (١٠٢٤) (١٠٢٥) (١٠٢٦) (١٠٢٧) (١٠٢٨) (١٠٢٩) (١٠٣٠) (١٠٣١) (١٠٣٢) (١٠٣٣) (١٠٣٤) (١٠٣٥) (١٠٣٦) (١٠٣٧) (١٠٣٨) (١٠٣٩) (١٠٤٠) (١٠٤١) (١٠٤٢) (١٠٤٣) (١٠٤٤) (١٠٤٥) (١٠٤٦) (١٠٤٧) (١٠٤٨) (١٠٤٩) (١٠٥٠) (١٠٥١) (١٠٥٢) (١٠٥٣) (١٠٥٤) (١٠٥٥) (١٠٥٦) (١٠٥٧) (١٠٥٨) (١٠٥٩) (١٠٦٠) (١٠٦١) (١٠٦٢) (١٠٦٣) (١٠٦٤) (١٠٦٥) (١٠٦٦) (١٠٦٧) (١٠٦٨) (١٠٦٩) (١٠٧٠) (١٠٧١) (١٠٧٢) (١٠٧٣) (١٠٧٤) (١٠٧٥) (١٠٧٦) (١٠٧٧) (١٠٧٨) (١٠٧٩) (١٠٨٠) (١٠٨١) (١٠٨٢) (١٠٨٣) (١٠٨٤) (١٠٨٥) (١٠٨٦) (١٠٨٧) (١٠٨٨) (١٠٨٩) (١٠٩٠) (١٠٩١) (١٠٩٢) (١٠٩٣) (١٠٩٤) (١٠٩٥) (١٠٩٦) (١٠٩٧) (١٠٩٨) (١٠٩٩) (١١٠٠) (١١٠١) (١١٠٢) (١١٠٣) (١١٠٤) (١١٠٥) (١١٠٦) (١١٠٧) (١١٠٨) (١١٠٩) (١١١٠) (١١١١) (١١١٢) (١١١٣) (١١١٤) (١١١٥) (١١١٦) (١١١٧) (١١١٨) (١١١٩) (١١٢٠) (١١٢١) (١١٢٢) (١١٢٣) (١١٢٤) (١١٢٥) (١١٢٦) (١١٢٧) (١١٢٨) (١١٢٩) (١١٣٠) (١١٣١) (١١٣٢) (١١٣٣) (١١٣٤) (١١٣٥) (١١٣٦) (١١٣٧) (١١٣٨) (١١٣٩) (١١٤٠) (١١٤١) (١١٤٢) (١١٤٣) (١١٤٤) (١١٤٥) (١١٤٦) (١١٤٧) (١١٤٨) (١١٤٩) (١١٥٠) (١١٥١) (١١٥٢) (١١٥٣) (١١٥٤) (١١٥٥) (١١٥٦) (١١٥٧) (١١٥٨) (١١٥٩) (١١٦٠) (١١٦١) (١١٦٢) (١١٦٣) (١١٦٤) (١١٦٥) (١١٦٦) (١١٦٧) (١١٦٨) (١١٦٩) (١١٧٠) (١١٧١) (١١٧٢) (١١٧٣) (١١٧٤) (١١٧٥) (١١٧٦) (١١٧٧) (١١٧٨) (١١٧٩) (١١٨٠) (١١٨١) (١١٨٢) (١١٨٣) (١١٨٤) (١١٨٥) (١١٨٦) (١١٨٧) (١١٨٨) (١١٨٩) (١١٩٠) (١١٩١) (١١٩٢) (١١٩٣) (١١٩٤) (١١٩٥) (١١٩٦) (١١٩٧) (١١٩٨) (١١٩٩) (١٢٠٠) (١٢٠١) (١٢٠٢) (١٢٠٣) (١٢٠٤) (١٢٠٥) (١٢٠٦) (١٢٠٧) (١٢٠٨) (١٢٠٩) (١٢١٠) (١٢١١) (١٢١٢) (١٢١٣) (١٢١٤) (١٢١٥) (١٢١٦) (١٢١٧) (١٢١٨) (١٢١٩) (١٢٢٠) (١٢٢١) (١٢٢٢) (١٢٢٣) (١٢٢٤) (١٢٢٥) (١٢٢٦) (١٢٢٧) (١٢٢٨) (١٢٢٩) (١٢٣٠) (١٢٣١) (١٢٣٢) (١٢٣٣) (١٢٣٤) (١٢٣٥) (١٢٣٦) (١٢٣٧) (١٢٣٨) (١٢٣٩) (١٢٤٠) (١٢٤١) (١٢٤٢) (١٢٤٣) (١٢٤٤) (١٢٤٥) (١٢٤٦) (١٢٤٧) (١٢٤٨) (١٢٤٩) (١٢٥٠) (١٢٥١) (١٢٥٢) (١٢٥٣) (١٢٥٤) (١٢٥٥) (١٢٥٦) (١٢٥٧) (١٢٥٨) (١٢٥٩) (١٢٦٠) (١٢٦١) (١٢٦٢) (١٢٦٣) (١٢٦٤) (١٢٦٥) (١٢٦٦) (١٢٦٧) (١٢٦٨) (١٢٦٩) (١٢٧٠) (١٢٧١) (١٢٧٢) (١٢٧٣) (١٢٧٤) (١٢٧٥) (١٢٧٦) (١٢٧٧) (١٢٧٨) (١٢٧٩) (١٢٨٠) (١٢٨١) (١٢٨٢) (١٢٨٣) (١٢٨٤) (١٢٨٥) (١٢٨٦) (١٢٨٧) (١٢٨٨) (١٢٨٩) (١٢٩٠) (١٢٩١) (١٢٩٢) (١٢٩٣) (١٢٩٤) (١٢٩٥) (١٢٩٦) (١٢٩٧) (١٢٩٨) (١٢٩٩) (١٣٠٠) (١٣٠١) (١٣٠٢) (١٣٠٣) (١٣٠٤) (١٣٠٥) (١٣٠٦) (١٣٠٧) (١٣٠٨) (١٣٠٩) (١٣١٠) (١٣١١) (١٣١٢) (١٣١٣) (١٣١٤) (١٣١٥) (١٣١٦) (١٣١٧) (١٣١٨) (١٣١٩) (١٣٢٠) (١٣٢١) (١٣٢٢) (١٣٢٣) (١٣٢٤) (١٣٢٥) (١٣٢٦) (١٣٢٧) (١٣٢٨) (١٣٢٩) (١٣٣٠) (١٣٣١) (١٣٣٢) (١٣٣٣) (١٣٣٤) (١٣٣٥) (١٣٣٦) (١٣٣٧) (١٣٣٨) (١٣٣٩) (١٣٤٠) (١٣٤١) (١٣٤٢) (١٣٤٣) (١٣٤٤) (١٣٤٥) (١٣٤٦) (١٣٤٧) (١٣٤٨) (١٣٤٩) (١٣٥٠) (١٣٥١) (١٣٥٢) (١٣٥٣) (١٣٥٤) (١٣٥٥) (١٣٥٦) (١٣٥٧) (١٣٥٨) (١٣٥٩) (١٣٦٠) (١٣٦١) (١٣٦٢) (١٣٦٣) (١٣٦٤) (١٣٦٥) (١٣٦٦) (١٣٦٧) (١٣٦٨) (١٣٦٩) (١٣٧٠) (١٣٧١) (١٣٧٢) (١٣٧٣) (١٣٧٤) (١٣٧٥) (١٣٧٦) (١٣٧٧) (١٣٧٨) (١٣٧٩) (١٣٨٠) (١٣٨١) (١٣٨٢) (١٣٨٣) (١٣٨٤) (١٣٨٥) (١٣٨٦) (١٣٨٧) (١٣٨٨) (١٣٨٩) (١٣٩٠) (١٣٩١) (١٣٩٢) (١٣٩٣) (١٣٩٤) (١٣٩٥) (١٣٩٦) (١٣٩٧) (١٣٩٨) (١٣٩٩) (١٤٠٠) (١٤٠١) (١٤٠٢) (١٤٠٣) (١٤٠٤) (١٤٠٥)

والإعلام والاتصالات وغير ذلك من الوسائل التي تعتمد على حاسة النظر وحدها .

وسائل سمعية بصرية وتضم الوسائل التي تجمع بين الصوت والصورة مثل العروض السينمائية والتلفزيون والمسرح (١) .

ويجب أن نسجل هنا إشارة أن الإسلام لا يمنع من استخدام وسائل الاتصال الجماهيرى بكل أنواعها صحافة - إذاعة - تلفزيون - سينما - مسرح في إطار الضوابط والأخلاقيات الإسلامية . والإعلامى المسلم مطالب بأن يحاطب الناس بالوسيلة المثل التي تخدم أهداف الإعلام الإسلامى ، ولا تتنافر مع ما جاء في كتاب الله وسنة رسوله (٢) .

خصائص وسائل الإعلام :

أثبتت البحوث والدراسات الحديثة أن كل وسيلة من وسائل الإعلام لها خصائصها ومميزاتها التي تفردها عن أية وسيلة أخرى ، وإذا كانت هذه الدراسات أثبتت أن الاتصال الشخصى أكثر قدرة على الإقناع من الراديو وأن الراديو أكثر قدرة من الصحافة المقروءة أو الإعلام الطباعى ، والإعلام المرئى ويقف وسطا بين الاتصال الشخصى والراديو إلا أن الواقع يؤكد أن القدرة الإقناعية لهذه الوسائل تختلف وفقا لظروف كل رسالة إعلامية وطبيعتها ، فن الموضوعات والقضايا ما تتطلب تقديمها للبتلقى قى وسيلة ما دون أخرى ، لإحداث التأثير المطلوب (٣) .

(١) د . محيى الدين عبد الحليم ، الإعلام الإسلامى وتطبيقاته العملية ، مرجع سابق ، ص ٢٩

(٢) محمود كرم سليمان ، التخطيط الإعلامى ، مرجع سابق ، ص ١٣٩

(٣) د . محيى الدين عبد الحليم ، الإعلام الإسلامى ، الأصول والقواعد والأهداف ، بحث سابق ، ص ١٩

خصائص الاتصال الشخصي :

الاتصال الشخصي من أكثر الوسائل الإعلامية التي اعتمد عليها الرسول في التبليغ والاعلام عن دعوته ، ومن صورها :

١ - الاتصالات التي كان يجريها الرسول مع أصحابه وأفراد أسرته في مراحل الدعوة الأولى .

٢ - الرسل الذين بعث بهم إلى الملوك والاياطرة في الممالك المجاورة .

٣ - لقاءاته الشخصية مع أفراد القبائل التي وفدت إلى مكة في المواسم والمناسبات (١) .

ورغم أن التقدم الهائل في وسائل الاتصال الجماهيرية الحديثة وقدرتها في توصيل الأفكار والآراء والمعلومات ، والسيطرة على عقول وقلوب الجماهير والتحكم في آرائهم ، وتغيير الاتجاهات وتحويل الولاء ، إلا أنه من خلال التجارب العملية ثبت أنه لا غنى عن الاتصال الشخصي في تحقيق التأثير المرجو في تغيير الاتجاهات وتوجيه السلوك وتشكيل الآراء وبث المفاهيم ، فلا يمكن أن يستمع غير المسلمين إلى حقائق الإسلام عبر الإذاعة أو التلفزيون ، أو من خلال القراءة في الصحف ، لأن مرحلة التعرف لابد وأن تلحقها مرحلة الاقتناع والثبني واللقاءات المباشرة التي يتم فيها تبادل الآراء والأفكار ، أي أن الاتصال الجماهيري لا يمكن أن يغني عن الاتصال الشخصي أو الاتصال المباشر (٢) .

ومن خلال تجربة الباحث W.H. Write في هذا المجال أكد أن الاتصال

(١) محمود كرم سليمان ، التخطيط الإعلامي ، مرجع سابق ، ص ١٣٢ ١٣٣

(٢) د. محي الدين عبد الحليم ، الإعلام الإسلامي ، الأصول والقواعد والأهداف . مرجع سابق ، ص ٢١

الشخصى المباشر أكثر فاعلية من الصحافة والراديو والكلمة الثورية وقد
تركزت تجربة الباحث حول التأثير السيكولوجي للاتصال على الملتقى ،
واعتد في دراسته على عرض مضمون إعلامى ثابت عن طريق تعدد
وسائل الإعلام والاتصال المختلفة على جمهور معين ، عينة ثابتة ، تتكون
من ٣٤١ طالبا جامعيًا ، وقسم الجمهور إلى عدد من المجموعات الصغيرة والخاصة
بكل وسيلة مستخدمة ، وكان المضمون عبارة عن موضوعات مختلفة ، وهى
الحرب والدين وتحديد النسل وتوزيع الثروة ، وكانت وسائل الاتصال
والإعلام عبارة عن محاضرة والراديو ذو الدائرة المغلقة ، والكلمة
المطبوعة ، واختصت كل مجموعة بوسيلة من هذه الوسائل ، وكانت النتيجة
أن المحاضرة أكثر فاعلية في تغيير الآراء عن غيرها من الوسائل الأخرى
ثم كانت المادة المطبوعة أقل فاعلية في تغيير الآراء من الراديو والمحاضرة
معا ولكن على المستوى السريع ، وعلى أية حال فإن التأثير والافتناع
يرجع إلى عاملين رئيسين :

١ - طبيعة الموضوع الذى تعالجه الرسالة الإعلامية .

٢ - طبيعة الجمهور الذى تخاطبه الوسيلة الإعلامية (١) .

خصائص الوسائل المطبوعة :

- ١ - أن وسيلة الإعلام المطبوعة أو الصحافة المقروءة تتميز بأنها أفدر
على الاحتفاظ بالمعلومات المنشورة على صفحاتها أطول مدة ممكنة ، وهى
هذا يتيح الفرصة لمستقبل الرسالة الإعلامية أن يشاهدها أكثر من مرة .
- ٢ - أن الإعلام المقروء أكثر ملائمة لنشر الموضوعات ذات التفاصيل
المعقدة ، مما يساعد على تناول المضمون بكل تفصيلاته التى لا يمكن لوسيلة
الإعلام المسموعة أو المسموعة المرئية استيعابها .

(١) د . السيد سلامة ، المحلات الصحفية مرجع سابق ص ٤٣

٣- أن وسيلة الإعلام المطبوعة يستطيع القارىء أن يطلع عليها في الوقت الذى يناسبه ويتفق مع ظرفه .

٤- الصحافة المطبوعة أو المقرؤة لها فاعلية في التعبير عن الآراء والاتجاهات والمشاكل والقضايا، وهي أفضل وسيلة لتقديم الموضوعات الطويلة والمعقدة، كما تمتاز المطبوعات أكثر من أية وسيلة بقدرتها على التصرف في المادة التي تتضمنها في أى حجم وبأية تفصيلات تظهر الحاجة إليها .

٥- إن الصحافة المقرؤة من أهم وسائل الإعلام التي تحقق قدراً من المشاركة الإيجابية لدى المتلقى، ذلك أن القارىء يكون مضطراً إلى تشييل خياله لتتبع المعاني أو تكوين الصور الخيالية التي توضح ما يقرأ بعكس المؤثرات المرئية والصوتية التي يتعامل معها في التلفزيون والسينما والإذاعة (١) .

٦- تستطيع المطبوعات أن تنقل آراء النخبة والعلماء والآباء والفنانين في بلاد متفرقة، يستطيعون من خلالها الاتصال والتزود بالأفكار والاطلاع على أفكار بعضهم البعض .

٧- أن السيكولوجية الإعلامية لدى الجماهير تفضل تلقائياً أن تقرأ الوقائع، فرغم أن الإذاعة تعتبر أسرع وسيلة في نقل الخبر، لكن الجماهير يظل لديها رغبة ملحة لأن تقرأ وتشاهد نفس الخبر أو الحديث داخل الصحيفة .

٨- أن الوسائل الإعلامية المطبوعة يمكن من خلالها نشر الموضوعات ذات الصلة العلمية والموضوعات المعقدة بخلاف الإذاعة والتلفزيون -

(١) انظر المرجع السابق، ص ٤٥ - ٤٦، د. يوسف مرزوق، مدخل إلى علم الاتصال - القاهرة الانجلو المصرية ١٩٨٩ م ص ١١٢ - ١١٣

٩٠- الصحيفة (جريدة - مجلة) تلامّ الجماهير المتخصصة (طلاب ، عمال - فلاحين - أطباء - طوائف مختلفة - الحركات الثورية وجماعات الضغط وغيرها) (١) .

خصائص الوسائل المسموعة :

أكدت البحوث التي أجريت في هذا الشأن أن الراديو أقوى في التأثير على المتلقي من الصحافة لقابلية الأيحاء ، وهذه القابلية تزيد بصورة أكثر وضوحاً ، لأن الغالبية من مستمعي الراديو على مستوى تعليمي أقل من قراء الصحف ، والتعليم هنا يزيد من معرفة الفرد ومن دقة تفكيره واعتزازه بشخصيته ومسؤوليته مما يجعله أكثر قدرة على الانتقاء وتمييز الأخبار وبالتالي فإنه يصبح أقل قابلية للانسياق والاستهواء . وهناك تجارب أجراها الباحث الأمريكي لبرنز في كل من مصر ولبنان وسوريا والأردن ، وأكدت أن ٦٣٪ من الجماهير العربية في الأقطار الثلاثة السالفة الذكر تفضل الإذاعة على الصحافة ، بينما كانت النتيجة عكسية في مصر بالذات حيث فضلت نسبة كبيرة الصحافة (٢) . وعلى أية حال فالوسائل المسموعة لها خصائص معينة نوجزها فيما يلي :

- ١ - السرعة وهي من أبرز مميزات الراديو الإعلامية ، فالإذاعة أقدر الوسائل الإعلامية في سرعة بث الأخبار إلى كافة أنحاء العالم فلا يقف في سبيلها حدود أو حواجز سياسية أو طبيعية .
- ٢ - الإذاعة تتفوق في نشر الأحداث المهمة مثل الحروب والمظاهرات والانتفاضات وغيرها بنشرها للخبر بسرعة .

(١) د . علي جريشة ، نحو إعلام إسلامي القاهرة مكتبة وهبة ١٩٧٧ ص ٩٣

(٢) السيد سلامة ، المحلات الصحفية ، مرجع سابق ، ص ٤٣

٣ - يستطيع الراديو أن يخاطب كل الفئات والطوائف مهما اختلفت درجة التعليم بينها .

٤ - تتميز الاذاعة أيضا بسعة الانتشار، وخاصة الاذاعات التي تستخدم الموجات القصيرة عالية التردد، والاذاعات التي تستخدم الاقار الصناعية ومحطات التقوية .

٥ - لا يحتاج الاذاعة إلى مجهود من جانب المستمعين في حالة التمرض ، ولا تتطلب تركيزا كاملا لمتابعة البرامج .

٦ - الاقتراب الشخصي فالاذاعة تجعل الانسان يشعر أنها تتحدث إليه فقط .

٧ - يستطيع الراديو أن يجذب المستمع ويستحوذ على إهتمامه لمتابعة برامجه ، وذلك لأنه يستخدم عناصر ثلاثة تضاف على المادة الاذاعية جاذبية خاصة ، وهذه العناصر الثلاثة هي المؤثرات الصوتية والموسيقى والحوار .

٨ - يؤثر الراديو في أغلب الناس تأثيرا كبيرا ، وهو تأثير التوجيه الشخصي الخاص ، فينقل إلى المستمع عالما من التفاهم غير المنظور، موقرا له بذلك خبرة خصوصية ، تمس أغوار النفس البشرية .

٩ - لا يتطلب الاعلام الاذاعي من المستمع قدرة ثقافية معينة، كما يتطلب ذلك العديد من وسائل الاعلام الأخرى، وبذلك يزداد تأثيره عمقا وخطورة كلما كانت البيئة قليلة الحظ من الثقافة والتعليم، وكذلك كلما انخفض المستوى الاقتصادي للأفراد (١) .

(٢) د. محي الدين عبد الحليم ، الاعلام الإسلامى وتطبيقاته العملية، مرجع سابق ، ص ٤٣

خصائص الإعلام المرئي :

- ١ - إن الأذاعة بنوعها مسموعة ومرئية تخلق إعلاما سريع الأثر، لأن العمق الاتصالي يعتمد على التركيز والاهتمام والوعى المناسب لدى المستقبل، وهذا العمق لا يتحقق في الإرسال الإذاعي بنفس درجة تحققه في الإرسال الطباعي .
- ٢ - إن الفكرة المسيطرة على سيكولوجية المشاهد بالنسبة للتلفزيون أنه أداة ترفيهية مثل الأذاعة المسموعة ، ولا يتطلب من المتلقي التركيز بطريقة فعالة ، فضلا عن أن التلفزيون يحقق الاستهواء السريع .
- ٣ - يتميز التلفزيون بأنه يجمع بين العناصر الثلاثة المؤثرة في خيال الجماهير ، وهى الصوت والصورة والحركة .
- ٤ - إن التلفزيون أقرب وسيلة للاتصال المواجهى أو الشخصى، وينفرد بقدرته على تكبير الأشياء الصغيرة ، وتحريك الأشياء الثابتة .
- ٥ - بعد التقدم التكنولوجى فى البث التلفزيونى ، أصبح التلفزيون.. وسيلة عالمية خطيرة فى التأثير على رأى المحلى والعالمى .
- ٦ - تتطلب مشاهدة التلفزيون التفرغ الكامل لمتابعة برامجه ، والتركيز الكلى لذلك من جانب مشاهديه .
- ٧ - يستطيع التلفزيون أن يقدم المادة الإعلامية قبل أن تمضى على حدودها فترة زمنية طويلة ، ويستطيع الآن منافسه الراديو بعد التقدم الخطير فى تكنولوجيا الاتصال وبعد استخدام الأقمار الصناعية فى البث التلفزيونى وشبكات الكابل .
- ٨ - إن التلفزيون يتفوق على مختلف وسائل الإعلام الأخرى بصورة منقطعة النظير فى الأحداث السياسية التى يلقيها رؤساء الدول والحكومات والحكام والزعماء والقادة ، وكذلك الإلزامات السياسية المحلية والولية والتوازن ، والحروب والمباريات الرياضية المهمة .

٩ - إن وجود التليفزيون في البيوت يعني المشاهدين عن الذهاب إلى أماكن قد تسكفهم مجهود لا يريدونه ، أولا يقدرّون عليه (١) .

٤ - المستقبل :

وهو العنصر الرابع في العملية الاتصالية ويطلق على الشخص أو الأشخاص الذين يستقبلون الرسالة الإعلامية ، والمستقبل في الإعلام الإسلامي هو الإنسان أيا كان موقعه ، لأن الإسلام رسالة الله الخالدة بعث الله به محمدا صلى الله عليه وسلم إلى الناس كافة ، ولا بد في هذا الإطار أن يتم دراسة جمهور المستقبلين للرسالة الإعلامية الإسلامية دراسة وافية ، حيث يتوقف على ذلك نجاح العملية ، حيث يختلف الجمهور في خصائصه الاجتماعية والنفسية والثقافية والعملية والمادية ، فضلا عن الخصائص الذاتية كالسن والنوع والمهنة والعين والحالة النفسية والعقلية والجسمية والمكان والزمان (٢) وغير ذلك مما يتصل بجمهور المستقبلين أو يجعل الرسالة تلقى قبولاً لديهم .

٥ - رجع الصدى :

وهو العنصر الأخير في العملية الاتصالية ، وهو دليل لاستجابة المستقبل للرسالة ، وهو في نفس الوقت رسالة ثانية من المستقبل للبصير ، ورد الفعل يسمى إيجابيا إذا تحقق التأثير المقصود ، ويسمى سلبيا إذا لم يتحقق التأثير ، ومن ثم يبحث القائم بالاتصال في تعديل رسالته إذا أراد أن يحقق التأثير المطلوب (٣) .

وفي الاتصال الشخصي يقوم كل شخص بالاستجابة المباشرة على رسالة الآخر بشكل مباشر ، ويستطيع المرسل أن يلاحظ تأثير رسالته على

(١) المرجع السابق ص ٤٥ - ٤٦

(٢) محمود كرم سليمان ، التخطيط الإعلامي ، مرجع سابق ص ١٤٥

(٣) د . محمد سيد محمد ، المسؤولية الإعلامية في الإسلام ، مرجع سابق ، ص ٢٧

المستقبل ، وربما يعدل من سلوكه الاتصال أو يستمر فيه ، وفقا لما يلاحظه أو يشاهده ويسمى رد الفعل الذى يصدر عن المستقبل ، والذى يلاحظه المرسل رجوع الصدى ، ويرى وليبورشرام أن القائم بالاتصال إذا قام بتلقى الرسالة التى قام هو نفسه بتصميمها ، وكأنه فرد من الجمهور . المستهدف بهذه الرسالة فإن ذلك يشكل نوعا من أنواع رجوع الصدى ، ويشير التعبير رجوع الصدى ، إلى إعجاب المستقبل أو عدم إعجابه بالطريقة التى قدمت بها الرسالة والمرسل أيضا ، بالإضافة إلى الاستجابة على المضمون الذى يحتوى عليه الرسالة .

وفى حالة الاتصال الشخصى أو الجمعى يكون رجوع الصدى مباشرا وسريعا ولكنه مايلبث أن يقل فى مداه وفى تكرار حدوثه عندما يزداد حجم الجمهور المستقبل ، حتى يكاد ينعدم تمام فى الاتصال الجماهيرى ، وفى الواقع فإن مشكلة قلة أو غياب رجوع الصدى تعد من المشاكل التى تواجه الاتصال الجماهيرى ، حيث أن القائمين بالأعمال غالبا ما يجهلون استجابة الجمهور على رسائلهم أو ردود أفعاله عليها ، ومن ثم لا يستطيع القائمون بالاتصال تعديل رسائلهم فى المستقبل لى تأخذ ردود الفعل هذه فى الاعتبار (١) .

(١) فرج السكامل ، تأثير وسائل الاتصال ، مرجع سابق ، ص ١١٤

الفصل الرابع

إستراتيجية الإعلام الإسلامى

استراتيجية الاعلام الإسلامى

في الحقيقة أن البحث في إيجاد أو وضع تصور لاستراتيجية للإعلام الإسلامى في غاية الأهمية ، مهمة إسلامية بالدرجة الأولى وإعلامية في الوقت ذاته ، ولا سيما في وسط هذا التقدم الهائل في تقنية الإعلام والاتصال وثورة المعلومات على المستوى العالمى والاقليمى ، ووسط هذه الظروف الصعبة التى تمر بها الأمة الإسلامية ، والتحديات الفكرية والاقتصادية والسياسية التى تواجهها .

مفهوم الاستراتيجية :-

إن لفظة استراتيجية لفظة مجردة شأنها في هذا شأن ألفاظ الديمقراطية والحرية ، وغيرها من الألفاظ التى دخلت إلى اللغة العربية ، ولا يستبعد أن تكون لهذه اللفظة معان مختلفة في أذهان أشخاص مختلفين . وربما اشتقت لفظة استراتيجية من الكلمة اليونانية القديمة استراتيجيةجوس التى تطلق على قائد الجيش ، وأحيانا ينطق اسمه استراتيجيةجوس ويكاد جميع الذين تناولوا هذا الموضوع يتفقون على أن الاستراتيجية منهاج للتفكير تقتضيه القيادة ، أو الزعامة ، وأنها عادة في التفكير وأنها القدرة على التفكير في المشكلة بأمرها تفكيراً شاملاً جامعاً بما في ذلك مستقبل المشكلة بعد الفوز أو الهزيمة (١) .

وفي معجم وبستر الكبير يعرف الاستراتيجية بأنها : « العلم والفن الخاص باستخدام القوة المسلحة لدولة محاربة لتحقيق أهداف الحرب » .

(١) ترجمة حسن خليفة ووديع فلسطين

(١) نادوارد بيرتر وأخرون ، العلاقات العامة فن ، القاهرة دار المعارف ،

١٩٥٩ ، ص ٩٥ . ترجمة حسن خليفة ووديع فلسطين

ونحن نأخذ دائرة المعارف البريطانية : بأن لفظة الاستراتيجية قد استعملت أولاً كصطلح عسكري في أوائل القرن الثامن عشر حين بدأت الجيوش يومذاك تزداد ميلاً إلى الاحتراف وكثرة التكاليف . وفي كتاب عن الحرب لكلاوسفترود تعريف للاستراتيجية بأنها « فن استخدام المارك باعتبارها وسيلة لكسب أهداف الحرب » والاستراتيجية تعتمد قبل كل شيء على التقدير والتنسيق السليمين للهدف وللوسائل المتاحة ، فلا بد للهدف أن يكون متناسباً مع الوسائل المتاحة ، كما أن كل وسيلة تستخدم لبلوغ أهداف ثانوية ينبغي أن تكون متناسبة مع الأهداف (١) .

رأينا أن كلمة استراتيجية استخدمت أولاً ما استخدمت في الاصطلاح العسكري ، ولكننا استخدمت فيما بعد للدلالة على الممارسة والتخطيط والإدارة ، بل إن العلوم الاجتماعية ومنها علوم الاعلام حينما استعارت هذا الاصطلاح أضفت عليه مفهوماً شاملاً يعني الحطة العامة والتخطيط (٢) للوسائل لتحقيق الأهداف ، فالاستراتيجية تعني التخطيط لأن التخطيط يصفه عامة أسلوب علمي يتم بمقتضى اتخاذ التدابير العملية لتحقيق أهداف معينة مستقبلية ومن وسائله تعبئة الامكانيات ، وتنسيق القوة وتوجيه الطاقة المتاحة بحيث يكفل تكتيل الجمهور وتوفير العلوم والفنون والتقنية المتقدمة في وسائل الاعلام .

ويؤدي التخطيط القائم على أسس علمية إلى وضع أهداف معينة ورسم سياسات محددة ، وإعداد خطط كاملة ، واتخاذ اجراءات محكمة

(١) المرجع السابق ، ص ٩٩

(٢) د. السيد علوية استراتيجية الاعلام العربي ، الهيئة المصرية العامة للكتاب ، ١٩٩٠ م ، ص ٢١٨

بوضع هذه الخطط موضع التنفيذ بأكبر قدر من الكفاية والفعالية وبأعلى عائد ووفق برنامج زمني معين (١) .

والتخطيط الاعلامي في دولة ما هو إلا حصر القوى الإعلامية فيها من طاقات بشرية. وأجهزة إعلامية ومعدات ومؤسسات، بدءا من الدشرات الصغيرة إلى المؤسسات الصحفية إلى الإذاعة والتلفزيون، إلى دور الثقافة والاستماع والمشاهدة إلى دور العرض والاستوديوهات وغير ذلك من المؤسسات الفاعلة . التي تعمل على توجيه هذه القوى لتحقيق أهداف المجتمع، ومن بينها أهداف الخطة الإعلامية، ولا بد من هيئة قومية تشكل بمنتهى الدقة ويتحقق فيها التكامل بين المفكرين والمنفذين ، ومن يبدع بتقديم الامون المادى لتيسير وتدقيق العمل الاعلامي (٢) .

فاستخدام التخطيط الاعلامي القائم على أسس علمية ، والذي يأخذ في اعتباره التقسيم الجغرافي والنفسى والمقاتلى يجعل من الاعلام أهمية في التأثير على الجماهير ، وتنفيذ الأهداف المرغوبة الامر الذي جعل بعض المؤرخين والمتخصصين في الاعلام يرى أن التخطيط الاعلامي والقائم على أساس الدراسة وبعد النظر ، يمكن أن يؤثر في قرارات الأمة ، وتحويل مجرى تفكيرها تجاه بعض القضايا والافكار المطروحة (٣) .

إن الاستغلال الأمثل لإمكانيات وسائل الاعلام ، ولا سيما الإذاعة والتلفزيون لا يمكن أن يتم إلا من خلال تخطيط علمي سليم ؛ وفي إطار

(١) محمد كرم سليمان ، التخطيط الاعلامي ، مرجع سابق ، ص ١٨ .

(٢) د. محمد سيد محمد ، المسئولية الاعلامية في الاسلام ، مرجع

سابق ، ص ٦٠ .

(٣) د. إبراهيم إمام ، الاعلام والاتصال بالجماهير ، مرجع سابق

ص ٣١٠ - ٣١١ .

سياسة إعلامية عريضة ، واستراتيجية طويلة المدى ، من خلال تصور واضح تكون الإمكانيات فيه محددة ، والأولويات معروفة ، وما علينا إلا تحديد الأطر الزمنية للخطط المرحلية التي يتم في إطار إستغلال تلك الإمكانيات المتاحة لخدمة الأمة وأهدافها الإعلامية والإسلامية ، ومن خلال هذا المنظور ، فإن التخطيط لإنتاج مواد إعلامية تخدم الإسلام لابد من مراعاة الاعتبارات التالية :-

١- وضوح الرؤيا والدور الذي يمكن أن تؤديه هذه المواد سواء فيما يتعلق بتعميق الإيمان بالمعتقدات الإسلامية لدى المتلقين أو بنشر السلوكيات الصحيحة ، أو بتقديم الفهم الصحيح للدين الإسلامي مع الابتعاد عن مواطن الخلاف التي تثير الجدل والشقاق بين أبناء الأمة .

٢- التنسيق والتكامل بين المواد الإعلامية في الصحافة والإذاعة والتلفزيون ، والكتاب الإسلامي بحيث لا يحدث تعارض بين ما تقدمه هذه الوسائل من قضايا وما تعالج من مشكلات بل يجب أن تستفيد كل وسيلة مما تقدمه الوسيلة الأخرى فالبرامج التي تحدث عن آخر منجزات العلم مثلاً هي في الوقت ذاته تقدم خدمة لبرامج الدعوة ، التي تهدف إلى توضيح أن الإسلام يدعو إلى حرية العقل والتفكير في خالق الله سبحانه وتعالى .

٣- تحديد الأهداف لما تقدمه وسائل الاعلام ، وما يمكن لها أن تحققه ، وأن تكون هذه الأهداف واقعية وشاملة ومتوافقة مع مبادئ الدعوة الإسلامية .

٤- توظيف فنون وأساليب الاعلام لإنتاج وسائل إعلامية تحمل مضامين الدعوة إلى جماهير المتلقين .

٥- الاهتمام بتوقيت عرض المواد الإعلامية بحيث يحقق التوافق

بين سمات وخصائص وظروف القطاعات والفئات المختلفة لدى الجماهير .

٦- على المخطط أن يهتم بآراء المستمعين ورغباتهم سواء من خلال البريد، أو من خلال البحوث التي تجرى لاستطلاع تلك الآراء والرغبات وأن يعدل من خطته في ضوء ذلك الصدى .

٧- إن وسائل الاعلام تخاطب رأيا عاما، ومن ثم فإنه من المهم أن تعمل المادة الاعلامية على تكوين اتجاهات عامة مؤيدة للأفكار التي نقيتها .

٨- توظيف جميع أدوات التعبير والأشكال الفنية في العمل البرامجي أو التخطيطي بما فيها الدراما للتعريف بأمور الدين ، فلم تعد الموعظة أو الدرس من خلال الحديث المباشر كاف ، بل يجب استخدام كل هذه الأدوات والأشكال في إطار قيم الإسلام ومعتقداته لجذب المتلقي في متابعة البرامج الدينية ، لأن الدعوة الإسلامية ليست مجرد كلام يقال ، ولكنها بهذه الوسائل والأدوات تحفز المسلم إلى العمل والإنتاج بضمير ووعي ديني (١) .

في ضوء ما تقدم فإن البحث عن استراتيجية للإعلام الإسلامى يقتضى أول ما يقتضى الحديث عن أربع قضايا كبرى هى تحديد الأهداف ثم اختيار أنسب الوسائل لتحقيق هذه الأهداف ، ثم مراعاة المتغيرات والبدايل أثناء محاولة تحقيق الأهداف .

(١) عبد المنعم ثابت ، التخطيط لانتاج برامج إذاعية وتليفزيونية تستخدم الدعوة الإسلامية ، بحث مقدم إلى ندوة الإعلام الإسلامى المتقدمة فى مركز صالح كامل بجامعة الأزهر - القاهرة ذو القعدة ١٤١٢ هـ ، أوفى ١٩٩٢ م ، ص ١٠

(م ٧ - الإعلام الإسلامى)

أولا الهدف من وضع استراتيجية للإعلام الإسلامى :-

ومعنى وضع استراتيجية للإعلام الإسلامى هو بالدرجة الأولى أن يتحقق لنظام الاعلام الإسلامى كفاءة عالية ، ومستوى جيد فى المضمون وتحقيق الأهداف ، واستخدام أمثل للإمكانات ، وارتفاع الأساليب والنظم والاستفادة القصوى من التقدم العلمى الكبير فى مجالات الحوث العلمية والاعلامية والتقنية العالية فى مجال الاتصال والحاسبات الإلكترونية المتطورة .

إن الاعلام فى تطوره المثير فى الوقت الراهن ، وبوسائله المتعددة من صحافة وإذاعة وتليفزيون يؤثر تأثيرا كبيرا فى توجيه رأى العام ، ولم يعد يؤدى دوره فقط فى نطاق المعلومات والمعارف ، ولكنه أصبح يحل محل دورا مماثلا فى مجال التأثير على القيم والتقاليد وخلق العادات . وما إعلانات السلع التى تبث عبر قنوات التليفزيون إلا نموذجا من نماذج ذلك النوع من التأثير ، الأمر الذى يعزز من خطورة وفعالية أجهزة الاعلام الشديدة الخطورة فى هذا العصر ، وبين مدى الحساسية الفادحة التى تلحق بالمسلمين والعرب من جراء تخلفهم فى ذلك الميدان أو غيابهم عنه .

لقد تطورت وسائل الاعلام خلال هذا القرن الأخير تطورا سريعا ، وقد ترتب على هذا التطور تأثير الاعلام على العلاقات السياسية والاقتصادية والاجتماعية بين دول العالم بصفة عامة وعالمنا الإسلامى بصفة خاصة ، وجعل لوسائل الاعلام تأثيرا أيضا على قراراتنا وأسلوبنا فى الحياة ، وبسبب ذلك فإن علينا تقيلا يقع على أكتاف أولئك الذين يخططون والذين يعملون فى وسائل الاعلام ، إن اتساع نطاق البث المباشر الذى صار يمكن محطات التليفزيون العالمية من تجاوز الحدود الجغدية ، واقتحام واقعنا الإسلامى

جلفت النظر إلى ضرورة المسارعة إلى تنمية قدراتنا الاعلامية في مجال
الاذاعة المرئية و التليفزيون ، بوجه خاص ، حتى نصبح قادرين على
الصمود في مواجهة ذلك الغزو الجديد ، وإلا فإن الجماهير سوف تنصرف
عما يقدم إليها من خلال الشاشات المحلية لتجد زادها ومتعتها في ذلك البث
المباشر من خلال الأقمار الصناعية ، التي ترتفع ٢٢٣٠٠ ميل في الفضاء
لتوزع الكلمات والصور حول الكرة الأرضية ، وأن الإدراك السيكولوجي
والإحصاءات السكانية التي تطورت من خلال البحوث الحديثة ساعدت على
تشكيل المادة التي يعلن عنها أمام عيوننا وتسممها آذاننا وأحياناً تركز على
الأهداف القريبة المحددة (١) .

من هنا تبرز الحاجة الملحة ويتضح أهمية وضع استراتيجية للإعلام
الإسلامي ، وإذا كانت الأنظمة الاعلامية الغربية والمعادية للنظام
الاعلامي الاسلامي بوجه عام ، كالصهيونية والشيوعية وغيرها تقوم على
الاستراتيجيات علمية مدروسة وخطط هادفة لتحقيق أغراضها في الحرب
والسليم ، فأجدر بالنظام الاعلامي الاسلامي أن تكون له استراتيجية
بعيدة المدى يمشى على ضوئها مع الأخذ في الاعتبار المتغيرات الموجودة
على الساحة العالمية والساحة الفكرية والعقدية ، واتجاهات الرأي العام
الاسلامي والعالمي .

ويمكن لنا أن نقرر أن الأهداف التي يمكن أن تدرك من وضع
لاستراتيجية للإعلام الاسلامي هي :-

أولاً : رسم سياسة إعلامية إسلامية مثلى تحدد مسار العملية الاعلامية
وتجنبها الانحراف عن أهداف المجتمع الاسلامي وتحفز لها مقومات النجاح

وآرن ك . أجي . فليب ه أولت - أيدوين امري ، وسائل الإعلام ، ترجمة
عبدل تكلا ، ص ١٣ - القاهرة ، الوعى العربي ١٩٨٤ م

في تحقيق هذه الأهداف ، وأن تضع في اعتبارها جميع أساليب الاتصال الجماهيري والمواجهي أو الشخصي ، فكل نوع من هذه الأساليب له أثره ووظائفه .

ثانيا : تهدف هذه الاستراتيجية إلى تحقيق الأهداف المنوطة بالاعلام الاسلامي بأكبر قدر من الكفاية والفعالية والتأثير على المستوى العالمي والاقليمي والمحلي ، ومراعاة أن تكون هذه الأهداف شاملة لأنشطة الاعلام المتكاملة في المجتمع الاسلامي محققة لوظائف الاعلام دون أي نقص .

ثالثا : وضع الخطط الاعلامية الاسلامية المتكاملة ، وتوفير الامكانيات اللازمة لتنفيذها بأعلى مستوى من الكفاية والتنظيم والتنسيق والرقابة ، بحيث تحقق للإسلام خصائصه الأساسية والتي من أهمها الشمول والعموم والواقعية (١) .

رابعا : مواجهة الحملات الاعلامية المتتالية المضادة للإسلام ، وتصحيح صورته في أذهان العالم الغربي والشرقي على السواء ، وجمع شمل الأقليات المسلمة خارج ديار الاسلام ، وتوحيد صفوفهم وتصفية الخلافات بينهم .

خامسا : تزويد الرأي العالمي بالرؤية الاسلامية للقضايا المعاصرة والعمل على تطوير وسائل الاتصال في مجال الدعوة والاعلام وتعريف العالم كله بموقف الاسلام من العقائد والأديان والمذاهب الأخرى .

سادسا : تبني أنماط أخلاقية ومهنية في مجال العمل الاعلامي بحيث يكون أكثر التزاما بمبادئ مقيم الاسلام ، وأكثر استجابة لخدمة خطط وأهداف التنمية في عالمنا الاسلامي ، وتسهيل التفاعل بين الجمهور والعاملين في حقل الاعلام والدعوة والمخططين والعمل على استمرار ذلك التفاعل .

سابعا : التعرف على قضايا العالم الاسلامي ، وكيفية معالجتها إعلاميا على

(١) محمود كرم سليمان ، التخطيط الاعلامي ، مرجع سابق ، ص ٧٠

الصعيد الدولى ، وتحديد أولويات هذه القضايا ، وإقامة الندوات والمؤتمرات
العلمية لدراسة الواقع الإعلامى لدول العالم الإسلامى (١) ، وتطبيق نتائج
البحوث المتصلة بخدمة الإسلام والإعلام .

ثامنا : إتاحة الفرصة للناس كافة للتعرض للرسائل الإعلامية الصادرة
عن أجهزة الإعلام الإسلامى ، والملتزمة بمناهج الإسلام وإقناعهم بمضمونها
ومحلمهم على السلوك وفقا لما تطالب به .

ثاسعا : تأمين التجهيزات والامكانيات العلمية والفنية والتنظيمية القادرة
على التغطية الإعلامية للعالم بالارسال الإعلامى . والعمل على أن تصل
الأجهزة وسائل الإعلام القائمة إلى الفعالية القصوى وتؤدي دورها الأمثل
فى الإعلام الإسلامى .

عاشرا : التحرر من كافة سيطرة أجهزة الاتصال التى تمتلكها القوى
المناهضة للإسلام .

حادى عشر : توفير البرامج والمواد الإعلامية الملتزمة بالإسلام
وتسجيلها بالطرق الحديثة وضمان نشرها وإذاعتها فى العالم (٢) .

(١) د. محمود عبد العاطى ، ضرورة التعاون والتنسيق بين المنظمات الإسلامية
فى عرض القضايا الإسلامية . بحث مقدم إلى ندوة الإعلام الإسلامى الذى عقدته
رابطة العالم الإسلامى بمركز صالح كامل فى جامعة الأزهر إبريل ١٩٩٢م ،
ص ٦٠ .

(٢) محمود كرم سليمان ، التخطيط الإعلامى ، مرجع سابق ص ١٥٦

وسائل تحقيق الأهداف :

سبق أن عرفنا أن التخطيط لأي عمل من الأعمال ضرورة تختمها طبيعة العصر الحاضر ، الذي يعيش ثورة علمية هائلة شملت كل مجالات النشاط الإنساني ، والعمل الإعلامى بطبيعة الحال لا يقبل الاستثناء ، ولكي تتحقق الأهداف لابد من إيجاد وسائل لتحقيقها ، واتخاذ التدابير الكفيلة لإنجاح خطة الإعلام الإسلامى ، ومن أبرز الوسائل اللازمة لذلك هى :

أولاً : استخدام أحدث التقنيات الإعلامية :

لابد من استخدام تقنية عالية فى مجال الإعلام الإسلامى ، والوسائل المستخدمة فى نقل المعلومات وتداولها على نطاق جماهيرى واسع ، منها تكنولوجيا المعلومات التى تعنى التطبيق العملى للاكتشافات العلمية والاختراعات والتجارب فى مجال معالجة المعلومات للحصول عليها وتخزينها وبها وتوصيلها أو إرسالها ، وكذلك نشرها أو إذاعتها من خلال الاستفادة أيضا من التكتيكات أو الأساليب الفنية فى الكتابة والطباعة والتصوير الفوتوغرافى والتليفزيونى والسينمائى والتصوير المصغر والميكرو فيلم ، والاتصالات السلكية واللاسلكية ، فالعالم يشهد الآن انفجار اتصالات أو بمعنى آخر ثورة فى مجال الإعلام والاتصال والمعلومات ، وهذه الثورة ألغت الحواجز الجغرافية والزمانية بين الأفراد والمجتمعات .

فالإنسان الآن لا يتصل بما صر به لحسب بل بالأجيال التالية من خلال ما يحفظه لهم من معلومات وتراث ، وهو يستطيع الاتصال الفورى والسريع بالآخرين فى أى مكان نائية فى اللحظة نفسها ، فالأقار الصناعية تعطى الفرصة لتغطية الأحداث ونقلها إلى أى مكان فى العالم الآن والصحف تطبع الآن فى عشرات الأماكن فى الوقت ذاته . والشركات والمؤسسات تعقد الآن مؤتمراتها عن بعد بالصوت والصورة فى أكثر من قارة فى الوقت ذاته ،

ومراسل الجريدة أو وكالة الأنباء يستطيع تغطية الحدث في مكانه وإرساله في اللحظة نفسها إلى مقر جريدته أو وكالته مستخدماً التليفون أو التيلكس أو الفاكس، أو يرسله مجموعاً إلى ذاكرة الحاسب الآليكترونى لمؤسسته الإعلامية من خلال النهاية الطرفية التى يحملها^(١)

والإعلام الإسلامى ليس معناه العودة إلى الوراء لاستخدام الاتصال الشفوى أو الوقوف عند حد الخطبة والدرس الدينى ، مع عدم إنكارنا لأهمية الاتصال الشفوى ، بل يجب أن يستخدم الإعلام الإسلامى جميع وسائل الاتصال الحديثة والمتطورة لنشر تعاليم الإسلام القائمة على المنهج الإسلامى الصحيح ، فلا يتعارض الإعلام مع استخدام الموجات القصيرة أو الأقمار الصناعية أو المطابع الحديثة أو الألوان الجذابة، أو طرق الإخراج الفنى المشوق الذى يبرز المضامين الإسلامية فى صورة محبة تستهوى الجمهور المستقبل ، وتدفعه إلى قراءتها والاستماع إليها ومشاهدتها ، وبالتالي يتحقق التأثير والاستجابة التى هى هدف الإعلام الإسلامى^(٢).

لقد أصبح من المستحيل فى ظل التطورات الجديدة فى مجال الاتصال الدعوة للإنعزال عن العالم الخارجى ، حتى لا نفع تحت تأثير الفكر الأجنبى تحت ستار أنها تناج إنسانى هام أو نمرة للتقدم التكنولوجى المادى الذى لا ينتسب إلى حضارة دون أخرى أو لثقافة بعينها دون غيرها ، ومن ثم يسهل إخفاء تحيزات الأجنبى الخاصة وميوله وزغاته التى تطبع إلتجاهه المادى والفكرى على السواء ، ولتدارك ذلك الأمر لابد من ضرورة التنسيق والتعاون فى المجال العالمى على مستوى الدول الإسلامية والعربية ،

(١) د. محمود علم الدين ، تكنولوجيا المعلومات وصناعة الاتصال الجماهيرى القاهرة ، العربى للنشر والتوزيع لسنة ١٩٩٠م ص ٧

(٢) د عبد الوهاب كحيل ، الأسس العلمية والتطبيقية للإعلام الإسلامى

ولا سيما في مواجهة البث المباشر عبر الأقمار الصناعية وتواجها والعمل على كسب ثقة العالم الخارجى (١).

ثانياً - تصنيف الأهداف الإعلامية :

يتحتم على واضعى استراتيجية الإعلام الإسلامى والمخطط الإعلامى أن يضع فى اعتباره تصنيف الأهداف فى مجموعات متناسقة ، ومن الممكن أن تقسم بالنسبة لمحور النطاق أو المحور الجغرافى أو إلى أهداف محلية أو إقليمية وأهداف عالمية . . فعلى النطاق المحلى والإقليمى يتطلب تصنيف الجماهير ضد الإعلام الوافد ، والعمل على تحقيق المشاركة والتكامل بين قنوات الاتصال الجماهيرية ، وبين قنوات الاتصال للشخص فى المناطق المختلفة لسد الفجوة الحالية بين هذه القنوات ، والذى يمكن أن تنفذ منها المضامين الرافدة ، وأن تكون هناك صورة من الاتفاق على الأهداف العامة والأساسية ، وإن اختلفت طرق المعالجة أو الوصول إلى هذه الأهداف (٢).

فليس ثمة ضرر أن يكون هناك منابر ثقافية أو إعلامية (صحف مجلات - برامج) تخرج بلسان منظمات أو حركات إسلامية ، ولكن الخطر يبدأ حينما تصور بعض هذه المنظمات أنها إسلامية ، وماعداها نوع آخر غير إسلامى ، ذلك لأن الكاتب أو الصحيفة أو أية وسيلة تعين على توعية الشعب وتنميته اجتماعيا واقتصاديا ، وتعمل على بناء الشخصية القومية والوطنية والإسلامية والدفاع عن قضاياها هى وسائل إسلامية أيضا شريطة ألا تروج للفساد والريزلة ، ومن هنا يصبح إلزاما علينا أن نوسع مفهوم كلمة

(١) د. عبد الفتاح عبد النبى ، تكنولوجيا الاتصال والثقافة بين النظرية والتطبيق ، القاهرة ، العربى للنشر والتوزيع ١٩٩٠ م ، ص ١٥٤

(٢) المرجع السابق ص ١٥٤

إسلامي لتشمل كل الفئات الواعية الطيبة التي تعمل لقوة الأوطان وازدهارها، وأن يكون هناك أسلوب للتعاون المثمر الذي يعين على تنمية الإيمان والفضائل وغرسها في نفوس الجماهير .

وعلى المستوى العالمي ينبغي أن تتوجه الرسالة الإعلامية الإسلامية لخير البشر جميعا بحيث تخدم الأهداف والمبادئ الإسلامية، ولا تتأثر بالتوجهات المحلية لسياسة بلد إسلامي معين ، وأن يعتمد الأسلوب الإسلامي في العمل القائم على المروعة الحسنة والمجادلة بالتي هي أحسن، ونبد العنف كأسلوب مهما كانت ذرائعه وأسبابه .

كما ينبغي أن نضع في اعتبارنا أن العالم كله ليس وحدة واحدة بل إن كل منطقة من العالم لها خصائصها الحضارية والثقافية، والتي تتميز بجمهوريات مختلفة من هذه الناحية مع الجماهير الأخرى ، ويمكن تقسيم العالم من الناحية الحضارية والثقافية لدوائر الرأي العام إلى عدة مناطق تتميز كل منها بجمهور له خصائصه الحضارية والثقافية فهناك الوطن العربي ، والقارة الأفريقية ، والقارة الآسيوية ودول البحر المتوسط الأوروبية ، وأوروبا الشرقية ، وأوروبا الغربية وأمريكا الشمالية وأمريكا الجنوبية (١) .

ولما كان العالم الإسلامي يشكل جزءا من العالم المعاصر ويؤثر فيه ، ويتأثر به سلبا وإيجابا ، ولا سيما مع ثورة الاتصال والإعلام التي جعلت العلم كله قرية واحدة ، فإن الخطاب الإسلامي لابد أن ينسم بالسباحة والحرص على سلامة المجلس البشري وتوجهه نحو الخير والعدل ومحاربة الظلم والتعسف مهما كان مصدره ، فتصوير العالم على أنه مستغفر ضد المسلمين أسلوب خاطئ ، نعم هناك مؤامرات على المسلمين ، ولكن هناك أيضا في العالم للواسع قطاعات كبيرة لابد من التعرف عليها ، فالتسليم بعقدة الاضطهاد

(١) د. السيد عليوه ، إستراتيجية الإعلام العربي ، مرجع سابق ص ٢٤٢

يقود للحقد الأعمى والكراهية العامة، وذلك يسلب الإسلام أبرز خصائصه كدين عالمي (١).

كذلك يجب أن يرتفع الخطاب الإسلامى عن الأغراض السياسية للحكومات وأهوائها، لأن هذا العائق يمثل أشد العوائق خطورة في تعطيل العمل الإسلامى في المجال الدولى، فن الطبيعى أن تكون هذه المواقع فوق الخلافات السياسية والمذهبية والقبلية وأن يكون اختيار القائمين على هذا العمل وفق القاعدة الإسلامية البسيطة: «الناس سواسية كأسنان المشط ولا فضل لعربى على عجمى إلا بالتقوى»، تلك القاعدة التى سنّها الرسول صلى الله عليه وسلم التى تمثل قاعدة أساسية وجوهرية في الإسلام (٢).

ثالثاً - تحديد الأهداف :

ويمكن أن نقسم الأهداف إلى أهداف محددة وأهداف غير محددة :

١ - الأهداف المحددة وهى التى تكون واضحة المعالم والعناصر، وهناك تأكيد على تحقيقها وتمثل فى الأهداف التالية :

(أ) زيادة وعى المسلمين بالإسلام .

(ب) التعريف بالإسلام لغير المسلمين ، وموقفه من الديانات الأخرى .

(ج) بيان موقف الإسلام تجاه القضايا المثارة في الإعلام الغربى .

(هـ) مخاطبة الجمهور الأجنبى بآدبه ووسائله واستعمال أساليب بما تتفق مع قيم الإسلام .

(١) كلية الأستاذ كامل الشريف في إتاحة ندوة الإعلام الإسلامى التى عقدتها رابطة العالم الإسلامى بمركز صالح كامل ١٥ أبريل ١٩٩٣ م .

(٢) د. محمد سيد محمد المسئولية الإعلامية في الإسلام ، مرجع سابق ص ٣٣١

٢ - الأهداف غير المحددة وهي التي تحتوي على درجة كبيرة من المرونة ، بحيث تصبح قابلة للتغيير والتبديل في أى وقت ، وبصفة عامة فإن تحديد الأهداف يتعين توفير معلومات واضحة تساعد في وضع الأهداف بشكل على ، ويتعين الاستعانة بفريق عمل من تخصصات مختلفة لها صلة مباشرة بالموضوع (١) .

رابعا : توقيت الأهداف وهذا نوع آخر من الترتيب محوره الزمن فالأهداف طويلة المدى هي ذات البعد الاستراتيجي نحو عشرين عاما ، أما متوسطه المدى فهي غالبا التي تستغرق من ٥ - ١٠ أعوام ، في حين أن الأهداف القصيرة الأجل هي التي تقع على مرمى البصر لمدة عام أو تزيد قليلا ، ويدخل في تحديد نوعية الهدف هنا عدة عوامل من بينها درجة الشمول ومعدل التفاعل التاريخي المطلوب ، ويمكن أن ترتب الأهداف على محاور درجة الأهمية ، فهناك الأهم والمهم ثم الأقل أهمية ، وحادة ما تؤثر الظروف والملايسات والتغيرات الجارية على الساحة في هذا الترتيب (٢) .

خامسا - تحديد مضمون الرسالة الإعلامية أى تحديد المنطق الإعلامي الإسلامي بحيث يتم ترجمة الأهداف الإسلامية إلى مضمون إعلامي يمتشى مع الأهداف ، فالبرامج الثقافية والتثليلات والمسلسلات يمكن أن تكون وسيلة لتحقيق أهداف الرسالة الإسلامية والندوات قد تكون أداة من أدوات تحقيق الوعي الديني ، كما أن المسائل التي تتناول الرياضة يمكن أن تساهم في تحقيق رسالة الإعلام الإسلامي وفيما يتعلق بالبرامج السياسية ، فن الأهمية إعطاء اهتمام كاف لأخبار العالم الإسلامي وإذاعتها في وقت يسمح بتعريض عدد كبير من المستمعين والمشاهدين والقراء لها وأن تقدم

(١) د. محمود عبد العاطي ، ضرورة التعاون والتنسيق بين المنظمات الإسلامية في عرض القضايا الإسلامية ص ٥ مرجع سابق .

(٢) د . السيد عليوة ، استراتيجية الإعلام العربي ، ج ١ ص ٢٣٤

البرامج الإعلامية الإسلامية بشكل كامل وواضح، وأن تعتمد على الحجة والبرهان لا على العاطفة، وأن تأخذ في الاعتبار القضايا المعاصرة وأن تربطها بالإسلام (١).

سادسا - تقسيم الجمهور طبقا لقواعد التعامل النفسى التى تراعى التدرج والتمييز والتقسيم على النحو التالى :

(أ) تدرج الرأى لدى شرائح جمهور المستقلين حيث أن الجمهور ينقسم إلى صناع القرار السياسيين والمستشارين والخبراء ، وهناك قادة الرأى ويقيم الرأى العام .

(ب) تميز الجمهور من حيث درجة تعاطفه ، فالجمهور الإسلامى يكون التوجه إليه بالنشاط الإعلامى ، فى حين أن النشاط الدعائى هو الموجه إلى الجمهور المعادى فغالبا ما نشن ضده الحرب النفسية (٢).

سابعا - التنسيق بين الخطط الإعلامية والخطط السياسية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية والعسكرية ، والتعرف على اتجاهات الجماهير والظروف المحيطة بهم ، وفهم عمل الأنظمة الدولية الرسمية وغير الرسمية التى تؤثر على الجماهير والرأى العام ، والعمل على استغلال كافة الامكانيات الإعلامية المحددة والاستمالة يبحوث الرأى العام لترشيد العمل الإعلامى من خلال معرفة اتجاهات الجماهير وأماهم وآلامهم وأفكارهم ، كذلك لابد أن يوضع فى الاعتبار عند وضع استراتيجية للإعلام الإسلامى التدابير

(١) د . محمد عبد العاطى ، ضرورة التعاون والتنسيق بين المنظمات الإسلامية ، مرجع سابق ، ص ٦

(٢) د . السيد عليوه ، استراتيجية الإعلام العربى ، مرجع سابق ، ص ٢٤١

اللازمة لتنفيذ المخطط الموضوع للإعلام الإسلامى والذى تستهدف وضع برامج مناسبة توجه شعوب العالم لتصل إلى كل فئة من الناس ، مع مراعاة اللغة والعقيدة والجلس والثقافة والظروف الاجتماعية وغيرها ، ويقتضى ذلك أن يتوفر للبرامج المطلوبة كافة الامكانيات المادية والبشرية والفنية وكذلك النظم الإدارية .

ولقد وضعت منظمة إذاعات الدول الإسلامية تصوراً للقضايا والموضوعات التى يمكن للاستراتيجية الإعلامية الإسلامية أن تطرحها على النحو التالى :

- ١ - تحديد الأهداف الكبرى الرئيسية لأجهزة الإعلام الإسلامية .
- ٢ - تصحيح النظرة إلى الاسلام وتنقية الفكر الإسلامى مما علق به من شوائب .
- ٣ - المساهمة مع الأجهزة والمؤسسات المعنية فى العمل على إعادة كتابة التاريخ الإسلامى والتعريف به بعد تخليصه من التشويه والتحريف .
- ٤ - تسليط الأضواء على المعطيات الحضارية والثقافية والإنسانية للإسلام ، وتوظيف قيمه فى بناء الإنسان المسلم .
- ٥ - إبراز عطاء الإسلام للحضارة الانسانية أو استمرارية قدرته على ذلك .
- ٦ - كشف إفلاس الحضارة الغربية بشقيها الغربى والشرقى .
- ٧ - إظهار إمكانيات الإسلام على قيادة حركة الإنسان وترشيد مسيرة الإنسان المعاصر ، فى عصر المماناة والقلق والتزق والذى لا يخرج منه إلا فى ظل قيم الاسلام ومثله الرفيعة .
- ٨ - تعريف الشعوب الإسلامية ببعضها وتقوية وسائل الاتصال إفيمة

بينما ، من خلال منظمة إذاعات الدول الإسلامية ووكالة الأنباء وكافة وسائل الاتصال .

٩ - مواجهة - مطرة الدول على العملية الإعلامية وبصفة خاصة .
في النظام الحالي للاتصالات صحافة - إذاعة - تلفزيون - وكالات
أنباء .

١٠ - لابد من مواجهة الاختلال الرهيب في التوازن بين أخبار
ومعلومات العالم المتقدمة ، وبين أخبار ومعلومات الدول النامية ومنها
الإسلامية .

١١ - ضرورة وضع خطة لمواجهة الغزو الثقافي الإعلامي .

١٢ - ضرورة خدمة الثقافة والتراث الإسلامي من خلال الأعمال الفنية
مع تدسيق إنتاجها وتشجيع تداولها تجارياً وتبادلياً .

١٣ - طرح عطاء الإسلام المعاصر في مواجهة الفلسفات والمذاهب
والنظم الاجتماعية من الشرق والغرب ، وتأكيده دور الإعلام في بناء
الشخصية المسلمة والبناء الثقافي اللازم لإنهاء المسلمين وحضارتهم (١) .

(١) د. محمد سيد محمد ، المسؤولية الإعلامية في الاسلام ، مرجع سابق ،

المتغيرات :

يشهد العالم اليوم متغيرات سريعة ومتلاحقة في تكنولوجيا الاعلام والاتصال ، تتطلب من القائمين على الاعلام الإسلامى وقفة تحدد موقف المسلمين وموقعهم وملامح الدور الحضارى الذى بإمكانهم القيام به ، فى ظل المتغيرات التى يمكن أن تؤثر على كفاءة وفاعلية الاعلام الإسلامى وتعرقل سير الرسالة الاعلامية بين القائم بالاتصال وبين المتلقى للرسالة الاعلامية الإسلامية .

ويمكن لنا أن نحدد بعض هذه المتغيرات التى تفرز مضاعفاتها على المضمون الفكرى للاعلام الإسلامى وتتمثل هذه المتغيرات فيما يلى :-

أولا : تقدم تكنولوجيا الاتصال :-

يعيش العالم اليوم ثورة تكنولوجية تمكن الإنسان عن طريقها من أحكام سيطرته على الطبيعة وإخضاعها لخدمته ، وما ظهور وسائل إتصالية مبهصرة جعلت العالم على إتساعه بمثابة قرية عالمية واحدة إلا إحدى منجزات هذا التطور التكنولوجى الكبير ، إذ عن طريق هذه الوسائل المتعددة من راديو وتلفزيون وفيديو وتوابع صناعية للاتصال وسحافة مطبوعة وغيرها ، أصبح من السهل نقل ما يدور فى العالم شرقه وغربه شماله وجنوبه إلى دائرة المعرفة ، وأحيانا إلى مجال الرؤيا المتزامنة مع وقوع الحدث للفرد أو للجماة عن طريق الصوت أو بواسطة الصوت والصورة ، أو من خلال الكلمة المطبوعة ، وذلك كله عبر أجهزة بالغة التعقيد والسرعة يمكن من خلالها بث المعلومات على الفور بين مختلف مناطق الكرة الارضية (١)

(١) د . د . مرعى مذكور ، الصحافة الإخبارية والمسؤولية الإسلامية للندوب

الصحنى ، القاهرة ، دار الصحوة ، ١٩٨٨ ، ص ١٥

أجل لقد تقدمت التقنية الإعلامية والاتصالية تقدماً هائلاً وبشكل
مثير، بحيث صارت الكلمة تطير عبر الأثير وكذلك الصورة والرسوم
والدراما بكل أشكالها وأنواعها، وطوت الأقاليم الصناعية التي تستخدم في
محال الاتصال الاعلامى المسافات، وعبرت الحدود والبحار والجبال لتنتقل
الكلمة وغيرها من المضامين الإعلامية عبر آلاف الأميال، وتجددت
وسائل الطباعة وتوسعت بحيث أصبحت الصحيفة يمكن أن تطبع في
مراكز ومدن متعددة في العالم، وتصل إلى أبعد القارىء في أى مكان في
صبيحة كل يوم وفي الوقت ذاته (١).

كل هذه المتغيرات لابد أن توضع في اعتبار واضع استراتيجية
الاعلام الإسلامى، وإلا ستفشل خطة الاعلام الإسلامى، ولا نحقق
الأثر المطلوب منها، فليس المقصود بالاعلام الإسلامى، كما قد يتبادر إلى
أذهان البعض رفض وسائل الاعلام الحديثة من إذاعة بشقيها المسموع
والمرئى ولا الصحافة الحديثة المتطورة، ولا أية وسيلة إعلامية حديثة
بل على العكس من ذلك فإن هذه الوسائل لابد من إستخدامها وإستيعابها
علماً وعمارة، ولا يقف الاستيعاب الجيد عند حد الجود والجفاف بل
يتمدها إلى فنون الاعلام وعلومه المختلفة من إخراج وتمثيل وديكور، وهذا
يحتاج صيغ المضمون والمحتوى الاعلامى بالصيغة الاسلامية.

فكلما إستخدم الاعلام الاسلامى الوسيلة - الاكثر تقدماً وتطوراً
كلما كان ذلك في خدمة البشر وخدمة الاسلام، فالاعلام الاسلامى
لا يتعارض - كما سبق القول - مع الأخذ بالعلوم الحديثة والتقنية المتقدمة
والوسائل المتطورة، بل إننا إذا أخذنا بهذه العلوم والوسائل مع الاحتفاظ

(١) د. على جريشة، نحو إعلام إسلامى، القاهرة مكتبة وهبة، ١٩٧٧

بالطبع بالقيم والمضامين الاسلامية .متمدين على الافكار والنظريات الاسلامية أيضا فإنه يكون للمسلمين شأن في العالم ، وهذا ما اعترف به علماء المغرب ، وعلماء العالم الحديث أنفسهم (١) .

فالجدير بالذكر هنا أن ظاهرة عالمية الاتصال المبنية على تقدم التكنولوجيا في مجال الاتصال والاعلام قد تركت آثار فكرية واضحة وبصمات في العقول الاسلامية ، والقيم والعادات والتقاليد في العالم العربي والاسلامى بوجه عام .

ولسنا هنا بصدد تقويم هذه الآثار ، ولكننا بصدد إيجاد استراتيجية إعلامية تحصن المتلقي من الدعايات المضادة وكيفية الافادة من إيجابيات التقنية الاتصالية الحديثة ، والتقليل من سلبياتها بقدر الامكان . فلا يمكننا أن نوقف مسار الاعلام العالمى أو نحد من إنطلاق تكنولوجياه ، أو نمزل أنفسنا عنه فهذا هو الواقع الحى الذى نعيش فيه وتأثر به ، والام أيضا أن يكون في مقدورنا التأثير فيه ولو بقدر والافادة من تطوراته ومعرفة كيفية مواجهة تحدياته (٢) .

وإذا كان الاعلام يحسد بالضرورة القيم السائدة في المجتمع ويصورها ويمرر عنها ، فإن الاعلام العربى يتسم بالاباحية والفحش والمسلسلات البذيئة والأغاني الهابطة ، والجري وراء اللذة والرغبة العارمة والتمحل في والرومانسية ، وصولا إلى الدعوة الفاضحة للعرى والفجور والأدب

(١) د . عبد الوهاب كحيل ، الاسس العلمية والتطبيقية للاعلام الاسلامى ، مرجع سابق :

(٢) مجلة الدراسات الاعلامية عدد ٦٥ أكتوبر وديسمبر ١٩٩١ م مقال بعنوان ، الاعلام الاذاعى وعالمية الاتصال ، بقلم سعد لبيب .

(م ٨ - الإعلام الإسلامى)

المكشوف الذي صار من أهم ملامح الاعلام الغربى الذى يستمد وجوده من فلسفة الرأسمالية ، وإباحية ملكية أجهزة الاعلام لكل راغب فى الربح الوفير فى وقت قصير ضاربا عرض الحائط بمسئوليته تجاه المجتمع والشباب والأجيال الصاعدة والأخلاق الحميدة (١) .

ولا شك أن الاحتلال فى ثوبه الجديد لم يعد احتلالا للأرض أو للاقتصاد فحسب بل أصبح احتلالا للشعوب وعقلياتهم ونفوسهم عن طريق وسائل الاعلام ، وأماننا أمثلة كثيرة وشواهد عديدة على أن الحرب الآن بين الدول هى حرب إعلامية بالدرجة الاولى وأن من يسيطر على الاعلام يستطيع السيطرة على الدول وتحقيق أى نصر عسكرى أو اقتصادى أو غير ذلك .

فى حرب الخليج أجمت وسائل الاعلام على أنها كانت حربا جديدة سلاحها التلفزيون وذخيرتها كانت المعلومات ، وأكدت أهمية الاحتلال التكنولوجى لموجات البث الإذاعى والتليفزيونى .

فقد استطاعت وسائل الاعلام الأجنبية الإستيلاء على الموجات العراقية أو بث البرامج والبيانات الأمريكية والبريطانية والفرنسية للشعب العراقى باللغة العربية أو باستخدام الطائرات ، حيث يملك الأمريكيون الوسائل التكنولوجية الكافية للإستيلاء على الموجات العراقية ، ذلك بالإضافة إلى إلغاء أجهزة الترانزستور على المدينين داخل العراق الاستماع إلى صوت أمريكا وإلى هيئة الإذاعة البريطانية ، واستطاعت أن تشن حملات إعلامية مركزة قبل المعركة البرية عن طريق إلقاء منشورات باللغة العربية تطالب الجندى العراقى بالإستسلام لعدم استطاعته مواجهة قوى التحالف (٢) .

(١) د . إبراهيم إمام ، أصول الاعلام الإسلامى مرجع سابق ، ص ١٧
(٢) د . انشراح النشال ، الاعلام الإسلامى وتكنولوجيا الاتصال فى مجال =

ثانيا : البث المباشر :

لقد أصبح للاعلام تأثير خاص على الافراد والجماعات والدول
ولا غبار على من يقول بأن طلقة البندقية يمكنها أن تقتل فردا أو بأن
إنفجار قنبلة يقتل الآلاف ، غير أن الكلمة الواحدة يمكنها أن تقتل الملايين،
ووسائل الاعلام بلا منازع هي الوعاء الذي يمكن هذه الكلمة أن تنتشر في
التو واللحظة على مستوى العالم بدون رقيب من خلال الأقار الصناعية وهو
ما يطلق عليه مصطلح البث المباشر ، والذي يختلف في التقنية عن البث
العامر للحدود عبر موجات الطيف الترددي ، مثلما يحدث بين الدول
المتاخمة كوصول برامج التليفزيون المصرى مثلا إلى بعض المناطق في الدول
العربية (١) .

وبناء على ذلك ينبغي أن ننبه إلى خطورة الاعلام الغربى الوافد
وخطورة البث المباشر بالأقار الصناعية على البلاد الإسلامية ، حيث ترجع
خطورة هذا البث فيما يقدم من قيم معادية الاسلام تدمر العقول وتهز
كيان المجتمعات الإسلامية ، وتحدث خلخلة في البناء الاجتماعى للمجتمع
وتحاول تفويضه من الداخل في عقر داره ، فلا يكاد يخلو بلد إسلامى من
تأثير الغرب الثقافى والاعلامى .

فضلا عن محاولات المستشرقين والمبشرين المستمرة في الطعن على
الاسلام ، وتصويره بصورة بشعة مجافية للحقيقة ، ومن عجب أن يتبنى
تلاميذهم من يحملون أسماء إسلامية نفس الحملات الإعلامية فيصدرون
كتبا وصحفا تؤكد الاتجاهات التبشيرية والإستشراقية باللغة العربية ،

= التنفزيون ، بحث قدم إلى ندوة الاعلام الاسلامى بمركز صالح كاهل بجامعة
الازهر ذو القعدة ١٤١٢ ، مايو ١٩٩٢ م ص ٦
(١) المرجع السابق ص ٩

وبأفلام أبناء المسلمين ، فيصبح خطرهما داهما وتأثيرها عميقا (١) .

ورغم أن الموائيق الدولية المتعلقة بموضوع البث المباشر تنص على أنه بالنسبة للدولة التي تعتم بث تليفزيونى دولى مباشر عبر الأقار الصناعية عليها أن تخضع لالتزامين هما : -

١ - إخطار الدولة المستقبلة بما تعتمزمه .

٢ - الدخول فى تشاور مع هذه الدول المستقبلة إلا أن هذا لا يحدث فى الواقع ومسلسل انتهاك المعاهدات الدولية الخاصة بتنظيم البث التليفزيونى الدولى مازال مستمرا عبر الأقار الصناعية ، وكذلك بواسطة موجات الطيف الترددى محطما السدود الجغرافية ومنتهكا بذلك السيادة الإعلامية للدول فوق أراضيها ، بل إنه على مستوى الدول المستقبلة ذاتها يحدث انتهاك للقوانين الخاصة بالإذاعة فيها ، وهو ما ينطبق عليه قول المفكر الجزائرى مالك بن نبي : القابلية للاستعمار ، بل هو أقصى أنواع الاستعمار ، وهو ما اصطلح على تسمية بالاستعمار الفكرى (٢) .

ولا شك أيضا أن الإعلام الغربى فى الدول الغربية مرتبط أشد الارتباط بالنظم السياسية والاقتصادية والاجتماعية فى تلك الدول ورغم ما يدعى الحياد والحرية ، أيضا تسيطر هذه الدول على تكنولوجيا الاتصال والسيطرة على مصادرها إلى العالم الإسلامى ، وتداولها والحصول عليها وليس الأمر كما يظن أنه يخضع لنظام السوق الحرة مما يجب أن يوضع هذا فى اعتبار واضعى استراتيجية الاعلام الإسلامى .

(١) د . إبراهيم إمام ، أصول الاعلام الإسلامى ، مرجع سابق ، ص ١٧

(٢) د . افتراح الشال ، الاعلام الإسلامى وتكنولوجيا الاتصال مرجع

تتصدر التكنولوجيا إلى العالم الإسلامي بخصم لعدد من المعايير
أو الضوابط التي تضعها حكومات الدول المنتجة ، سواء بالنسبة لنوعية
التكنولوجيا المسموح بتصديرها أو الدول التي يمكن التعامل معها أو شروط
التعاقد والتمويل والنقل والصيانة والتدريب ، بل إن المعلومات المتصلة بهذه
التكنولوجيا تخضع لنوع حاسم وحاد من الرقابة ، ليس من جانب الجهات
المنتجة وحدها بل من جانب الدول المنتجة أيضاً (١) .

لقد كان لاستخدام الإعلام المخطط القائم على استراتيجية علمية أن يحقق
أثاراً بالغة الخطورة في تحقيق التقدم الحضاري المادي في الدول الغربية ،
غير أنه في الوقت ذاته كان سلاحاً ثاراً في يد أعداء الإسلام الذين سيطروا
على الإعلام الموجه إلى العالم الإسلامي ، واستطاعوا بالسيطرة على وسائل
الإعلام العالمية الحديثة تسخير الإعلام العالمي وفق تخطيط دقيق لغزو
الشعوب الإسلامية فكرياً ، وصرف المسلمين عن منابع دينهم للضائقة
وشغلهم عن الجهاد في سبيل الله ، وعن تحقيق أهداف دينهم السامية ونشر
الدعوة الإسلامية في ربوع الأرض (٢) .

وإذا كانت حرب الخليج ١٩٩٠ م على سبيل المثال قد شهدت تجريب
واختبار أحدث ما أنتجته العقول في مجال التكنولوجيا العسكرية الصناعية
من أسلحة فتاك ، حسمت المعركة لصالح الدول المتحالفة ضد العراق بأسرع
ما كان يتصوره عاقل ، فإن هذه الحرب قد شهدت أيضاً القدرات الخارقة
لتكنولوجيا الاتصال التي أفرزت إعلاماً ليس فقط مبهراً ولكن منحازاً
أيضاً .

(١) مجلة الدراسات الإعلامية ، عدد ٦٥ ، أكتوبر وديسمبر ١٩٩١ م

(٢) محمود كرم سليمان ، التخطيط الاعلامي في ضوء الإسلام ، (القاهرة

دار الوفاء للطباعة والنشر ١٩٨٨ م ، ص ١٧ - ١٨

وان يتوقف هذا التطور الذى نشاهده ونسمع عنه فى مجال ثورة المعلومات وتكنولوجيا الاتصال ، ولكن للغد سوف يحمل فى طياته الكثير والكثير من إستخدام التكنولوجيا فى مجال الاتصال والبت المباشر حيث ستصبح التكنولوجيا عنصر التقدم الإنسانى الحاسم ، الأمر الذى يؤثر على حرية الإنسان فى دول العالم الثالث والدول الإسلامية بوجه خاص التى لم تستطع حتى الآن إستيعاب التكنولوجيا الحديثة فى مجال الاتصال والإعلام ، والتي مازالت تقم تحت تأثير الهيمنة الأوروبية والبت الأوروبى للمعلومات من خلال وكالات الأنباء وأنظمة الاتصال العالمية المملوكة للدول الرأسمالية والمعادية للإنجازات الإسلامية (١) .

وماين شك فى أن الحضارات القديمة بكل ثقافتها وأديانها وقيمها هى الهدف القادم لهجوم الحضارة الأوربية والأمريكية ، المصرة على غرض هيمنتها وبسط ثقافتها ونشر نمطها ونموذجها ومشروعها فى كل أرجاء العالم الأمر الذى يؤدى إلى مزيد من الغزو الفكرى والثقافى للدول للعالم الإسلامى . ويدعى الاحتراس منه والعمل على مواجهته ، وإذا كان أنصار الاتحاح العلمانى فى مصر والدول العربية والإسلامية لا يحبون إستخدام هذا التعبير ، ويصابون بحساسية شديدة من أستخدامه فإنى أتفق مع السكاتب الأستاذ صلاح الدين حافظ فى مقولته : بأن ه هذا غزو بدون حساسية من جانبنا وبدون قبول الحساسية المضادة (٢) ، رغم إيماننا معه بالانفتاح على الحضارات الحديثة وتلاقى أفكار الشعوب وتفاعلها ، والاستفادة منها دون قهر أو فرض الهيمنة والسيطرة وإستخدام القوة .

وبجمل القول أن البت المباشر له مخاطر عديدة على المستوى العقدى .

(١) مجلة للدراسات الإعلامية ، عدد أكتوبر وديسمبر ١٩٩١ م

(٢) المصدر السابق .

والأخلاق والسياسي والثقافي، وقد أثبتت نتائج الدراسات الميدانية التي قامت بها الأجهزة المتخصصة في الوطن العربي أن الارسلال التلفزيوني الأجنبي الرسمي والوافد يبهز المشاهدين ويتسم بالإثارة والعنف والجنس، مما يمرض المجتمعات العربية والإسلامية للخطر ولا بد من مواجهته بإرسال تلفزيوني عربي وإسلامي جيد لعدم القدرة على للتشويش على هذه القنوات، كما يتطلب مواجهة هذا الخطر أيضا بث برامج عربية وإسلامية متميزة عبر الشبكات الفضائية تكون غنية بالثقافة والجاذبية، وتوسيع مجال الاختيار للمشاهد العربي والمسلم بالكثائر من قنوات الارسلال التلفزيوني عبر أقمار صناعية مملوكة للأنظمة الإسلامية تكون بديلة للقنوات الأجنبية (١).

ولا سيما بعد أن ظهرت قنوات تنصيرية إلى جانب القنوات التي تقدم برامج ثقافية أو تعليمية أو ترفيهية مما يحتم تضافر جهود الدول الإسلامية والمعتنن بهذا الأمر ضرورة التنصدي لهذا البث المباشر الوافد، الذي سيسام بأفلامه وبرامجه ومسلسلاته في تحقيق أهداف القوى الاستعمارية يقول الكاتب الإسلامي فهمي هويدي: في تعليقه على دخول البث المباشر لتونس عام ١٩٥٦م خرج الاستعمار الفرنسي من شوارع تونس عام ١٩٥٦م ولكنه رجع إليها عام ١٩٨٩م، لم يرجع إلى الأسواق فقط، ولكنه رجع ليشاركنا في بيوتنا والخلوة في غرفتنا والمبيت في أسرة نومنا، رجع ليقضى على الدين واللغة والأخلاق، كان يقيم بيننا بالكراهة، ولكنه رجع لنستقبله بالحب والترحاب، كنا ننظر إليه فتممته، أما الآن فنتلذذ بمشاهدته والجلوس معه. إنه الاستعمار الجديد لا كما استعمار الأرض وإنما استعمار القلوب (٢).

(١) الأهرام، ١٥ / ٢ / ١٩٩٢، تقرير بعنوان اللجنة الدائمة للإعلام

العربي تبحث : مواجهة عربية لمخاطر البث التلفزيوني الأجنبي .

(٢) د. انقراح الشال، الإعلام الإسلامي وتكنولوجيا الاتصال، مرجع

سابق ص ١٣

بل إن أخطر ما يحمله هذا البث المباشر تفتيت المجتمعات ، والتفيل من أهمية وسائل الإعلام المحلية ، ولمواجهة هذا البث المباشر الذى يؤثر علينا اجتماعيا وخلقيا واقتصاديا وسياسيا وفكريا نضع هنا عدة عوامل عليها تحد من أثار هذا البث المدمر ، نذكرها فيما يلى :

١ - تقوية البث العربى والإسلامى ببرامج يمكنها إستقطاب المشاهدين وإحتوائهم .

٢ - العمل على تدعيم البرامج فيما بين الدول الإسلامية ، مع ضرورة تكامل الخبرات والإمكانات .

٣ - إنتقاء المناسب من هذه البرامج الوافدة وتقديمها على شاشاتنا القومية .

٤ - تمهين المتلقى المسلم والعربى بتأصيل الانتماء لهذا الدين ، وتكامل جوانب التربية فى البيت والمدرسة والمسجد والشارع والنادى وفى وسائل الإعلام ، وإزالة عقده تفوق الإنسان الغربى حتى لا تنزل فى حالة انهيار عاجزين عن تجاوز الفجوة مثلا فعلت اليابان .

٥ - التواجد على المستوى العالمى بالاستعانة بتكنولوجيا الأقمار الصناعية وبخاصة فى مجال البث المباشر (١) .

٦ - التعاون على إعادة تنظيم وسائل الاتصال التى مازالت فى حالة تبعية أو تمثل إرثا إستعماريا يعوق الاتصالات المباشرة بين الدول الإسلامية .

٧ - ولمواجهة هذا الخطر أيضا يمكن فرض ضرائب باهظة على أطباق الاستقبال بحيث يصبح شراؤه بعيد عن التناول .

٨ - إتخاذ إجراءات عاجلة للاسراع بشراء جماعى لأقمار الاتصال وإعداد نظام تسيير يتيح إستعمالها .

(١) المرجع السابق ، د . مصطفى المصمودى ، النظام الإعلامى الجديد ، عالم المعرفة ، الكويت ، ١٩٨٩ م ص ٣١

٩ - أنه لابد من ميثاق تعدده منظمة اليونسكو ، وتلتزم به دول الأمم المتحدة ، وخاصة دولها المتقدمة في صناعة الأقمار لوضع حد أخلاقي لمسايت بواسطه هذه الأقمار من المناظر الفاحشة والخارجة عن كل عرف ودين وقيم (١) .

١٠ - بذل مجهود خاص لصد التأثير السيء لوسائل الاعلام الأجنبية التي تتعارض مع تطلعات البلدان الإسلامية .

١١ - توطيد التعاون المتبادل الثنائي والجماعي بين وكالات الأنباء التابعة للدول الإسلامية .

١٢ - العمل على ترتيب أنظمة الاتصالات اللاسلكية للدول الإسلامية بغية الحصول على تداول للأخبار سريع ويسير التكلفة .

١٣ - تطوير ودعم التجهيزات المتعلقة بالإذاعة الوطنية لكل بلد .

١٤ - التعاون والمساعدة التضامنية على مستوى تكوين الإطارات الفنية والمسكفين بالبرامج .

١٥ - تبادل البرامج الإذاعية والتلفزيونية بين الدول الإسلامية .

١٦ - الإرتقاء بمختلف أشكال الانتاج المشترك وتبادل التجارب في ميدان إنجاز البرامج (٢) .

ثالثاً : النظام العالمى الجديد :

لابد للاعلام الإسلامى أن يوضع فى إستراتيجيته الدور الذى يمكن أن يلعبه النظام العالمى الجديد ، والتحديات التى تواجهها دول العالم الإسلامى فى إطار ما يسمى الآن بالنظام العالمى الجديد ، وإن كان الاتجاه الآن إلى أن هذه مرحلة إنتقالية لم يشكل خلالها العالم بالصورة المرجوة

(١) الأهرام بتاريخ ٢٤ / ٦ / ١٩٩٣ م

(٢) د . مصطفى المصردى ، النظام الإطلى الجديد ، مرجع سابق ص ٣٧

فإن على الدول الإسلامية أن تبحث لنفسها عن دور فعال وملوس في التشكيل الجديد للعالم .

وإذا كان العالم يسعى إلى تحقيق نظام عالمي جديد تقوم على أساسه وبمقتضاه علاقات الدول في شتى المجالات ، فقد بات من الطبيعي أن يكون هناك نظام عالمي جديد يتصل بالاعلام بحيث يضمن للدول الإسلامية الاستقلال الثقافي والاعلامى الأمثل ، حتى نصبح دولاً منتجة في هذا المجال لا مجرد دول مستهلكة تعيش حالة على الدول الكبرى ، ولا بد أن يسمع صوتها دولاً ، حتى تدخل هذه الحقيقة إلى عقول الدول الكبرى ووجدانها لتقتنع بأن هذه الدول مظلومة ومهدورة الحقوق ، وتساعدها بعد أن تساعد الدول الإسلامية نفسها بالعمل وباستشعار المشكلة ، فها لم تشعر هذه الدول بطبيعة المشكلة فلن يتقدم أحد لحلها .

وقد يكون هذا هو أخطر المتغيرات التي ظهرت في الوقت الحاضر وبالطبع كان حدوثه مفاجئاً للكثيرين ، فلأول مرة تنفرد دولة كبرى في الساحة العالمية بمثلة في أمريكا التي ترسم لنفسها السياسات الدولية ، غير أن الزمن قد يسبقها كثيراً فقد ظهرت القوى الاقتصادية في اليابان وبعض دول شرق آسيا وظهرت ألمانيا الموحدة^(١) مما يحتم على واضع الاستراتيجية الاعلامية الإسلامية أن يتعامل مع هذه المتغيرات الدولية بفهم جيد وبصيرة مستنيرة ، وأن يدرك أن الاعلام الغربي في ظل هذا النظام الجديد يقوم بنشر المغالطات والافتراءات على العرب والدول الإسلامية .

وقد اهتمت وسائل الاعلام في الغرب بالاسلام في الفترات الأخيرة

(١) الاهرام ، ٢١ / ٣ / ١٩٩٢ م ، ندوة الاهرام بعنوان المتغيرات العالمية إلى أين ، د . إبراهيم عبد الفتاح

في محاولة لتشويه صورة الاسلام والحفاظ بينه كدين سماوى يدعو إلى أسمى المبادئ الحضارية والقيم الراقية ، وبين سلوك سيء لبعض المسلمين ، بل هناك من يذهب إلى أن الاسلام بعد سقوط الاتحاد السوفيتي وهزيمة الشيوعية أصبح الشغل الشاغل لوسائل الاعلام الغربية وكيف يمكن إحتواء الاسلام ؟ بل ومواجهته في عقر داره واستئصال مده في مناجه الأصلية (١) .

أثبت باحث بريطاني هو أرسكين تشيلدرز في كتاب أخير له بعنوان " الغرب والاسلام ، هتك الذاكرة والخصام ، أن الاسلام تعرض في الوجدان الغربي لأكبر عملية تشويه في التاريخ وانطلق المؤلف من حقيقة أن الغرب لم يحاول أن يفهم الاسلام في أى وقت من الأوقات لكنه ، ظل رافضا ومعاديا له ، ولذلك فإن صورته ظلت مشوهة بصورة مطلقة في الوجدان الغربي ، وما يحدث الآن من تمييز غربي ضد الاسلام والحديث المعلن عن العدو الجديد والذعر المصطنع من خطر الأصولية ، ذلك كله لا يمثل موقفا جديدا بقدر ما أنه إعلان عن حقيقة الكامن في الوعي الاجتماعى للعالم الغربي ... أما عن صورة المسلمين فهي صورة المخادعين المنحرفين الذين لا يعدون من البشر ولا يستحقون أية رحمة ، هكذا استمرت صورة الاسلام في كل الخطاب الغربي باعتباره لعنة العالم وتاجا لسلسلة من الخداع والانتقام وإطلاق العنان للشهوات ، بدأت مع النبي محمد - صلى الله عليه وسلم - وأصابته بالعدوى كل المسلمين ، استمر ذلك الانطباع في الماضي والحاضر ، ليس فقط في عموم وجدان الناس ، ولكن أيضا في داخل الدوائر الأكاديمية في القرن العشرين .

وفي تناول الكاتب لموضوع هتك الذاكرة ، رصد فيه الجهد الغربي

(١) الايام ٢ / ٧ / ١٩٩٣ م تهريج للدكتور رشدى فكار .

لإلغاء الدور الثقافي والمعرفي الذي قام به عالم الإسلام في مسيرة التجربة الإنسانية، وأن الغرب برغم ما هو متوفر له من قدرة مشهودة على تقييم المعرفة والمعلومات العالمية ظل يواجه عالم الإسلام بمشاعر سلبية للغاية، وفي التاريخ الرسمي الغربي والتعليم العام والاعلام الغربيين هناك تجاهل تام وصمت مطبق لإنجازات المسلمين في مجال العلوم، وإسهامهم في الحضارة الإنسانية والغربية أيضا . وحتى في الوقت الحاضر نجد القادة الغربيين الدينيين والسياسيين على حد سواء أرادوا أن يغيّبوا عن الوعي العام أى شئ إيجابي حول الإسلام ، ومن ثم فقد تمت تربية أجيال بعد أجيال على تناسى دوره ، وجرى تطويعهم عن طريق وسائل الاعلام للاقناع بأنه لم يأت بشئ له قيمة من عالم الإسلام والعرب فجا هذا التيار والخنجر الحريم والتطرف وعدم الجدارة بالثقة والانحراف والظلمان(١).

وهكذا تصور وسائل الاعلام الغربية الإسلام والمسلمين بصورة منفردة وبأنهم أعداء الحرية وحقوق الإنسان ، وأن الإسلام يمثل تهديدا للغرب والمصالح الأمريكية ، حيث نشرت مجلة الشؤون الخارجية الامريكية مقالا بعنوان « هل الإسلام يمثل تهديدا للغرب » يؤكد أن الإسلام يناقض في جوهره قيم الديمقراطية والحرية، وأنه لابد من مواجهة المد الإسلامى واتخاذ التدابير الكفيلة بذلك(٢) .

واستمرارا للحملة الاعلامية الغربية للهجوم على الاسلام والمسلمين تنشر صحيفة يدي دى جردان الفرنسية موضوعا تهاجم فيه الشيخ الشعراوى

(١) الاهرام ١٥ / ٦ / ١٩٩٣ م ، أكبر عملية تشويه في التاريخ ، فهمى هويدى .

(٢) الاهرام ٣٠ / ١٩٩٣ م مقال بعنوان « الإسلام في عيونهم » سلامة أحمد سلامة .

وتصفه بأنه شخصية مخيفة يستضيفه التلفزيون المصري لعدة ساعات يهاجم فيها الغرب ويحس المصريين على مقاومة الإلحاد والعلمانية !!! وانتقدت الجريدة تدخل الأزهر ومنعه للنشر بعض الكتب ، وتدخله في بعض الأفلام والأعمال التلفزيونية، كما استندكرت الجريدة إلغاء الخمر في بعض المحافظات وعدم الاختلاط داخل المدارس وانتشار الحجاب ، ووصفت موقف الحكومة المصرية بالضعف!!(١)

فضلا عن ذلك فقد دأبت شبكات التلفزيون الغربية التي تبث عبر الأقمار الصناعية على محاولة النيل من مصر - كبلد إسلامي - ومن العروبة والإسلام من خلال عرضها لأفلام سيئة معسدة خصيصا لتشويه الظاهرة الإسلامية، والسخرية من بعض تعاليم الإسلام ، نشرت الأهرام في عددها الصادر في ٢٣/٤/١٩٩٣م ما بثته إحدى هذه القنوات الغربية لقاء مع شاب يتكلم العربية مع المذيع من داخل أحد المدافن المبلية على الطريقة المصرية وتحدث عن سعادته والهدوء الذي ينعم به وهم يقيمون بين الأموات ، ومن أين يتأتى له سكنى خاص؟ وهو مكاف جدا ولا طاقة له به وفي سخرية قال : إن الشيء الذي يقلق الموتى هو رؤية التلفزيون والفديو ، ثم أثقلت الكاميرا إلى واجهة أحد المحلات التي تبيع ملابس المحجبات وشرحت المذبة طريقة الحجاب ، ثم لقاء مع امرأة مصرية خلاصته أن الحجاب ستارت تتركب وراءه أنام كثيرة ، ثم عرض الفيلم للساجد والناس يؤدون الصلاة ويذكر المذيع من هنا يذبح الإرهاب ، ثم تتجول الكاميرا بين الكنائس ويشرح المذيع أنها تحت الحراسة المشددة من قبل الشرطة ، وغير ذلك من المناظر التي تسيء إلى مصر والعروبة والإسلام(٢) .

(١) الحقيقة ٢٤ / ٤ / ١٩٩٣م مقال بعنوان صحيفة فرنسية تهاجم الشيخ الشعراوي والحكومة المصرية .

(٢) الأهرام ، ١٧ / ٥ / ١٩٩٣م

وأن من يقوم بعملية رصد لمسار هذه الحركة في الحقبة الأخيرة يدرك أن هناك ظاهرة التوجه في حركة الإعلام ضد المجتمعات الإسلامية ، وأن هناك حملة مخططة تظهر بين فترة وأخرى لاذكاء روح العداء بين الغرب والدول الإسلامية ، وهو الأمر الذي يثير الكثير من التساؤلات هل هي من قبيل الحملات العنوية التي تظهر على سطح الأحداث الجارية كلها تفجرت أزمة هنا أو هناك ، وتكون إحدى الدول العربية طرفا فيها ؟ حدث هذا فعلا في حادث إسقاط طائرة الركاب الأمريكية فوق مدينة لوكيربي والتي وجه فيها الاتهام إلى ليبيا ، ومن ثم شلت حملة من الكراهية على كل دول العالم الإسلامي أو أن هذه الظاهرة جاءت نتيجة لردود أفعال حادة أفرزتها حرب الخليج أو ما يسمى حرب تحرير الكويت ، وبخاصة بعد إنهاء الكتلة السوفيتية ولكن لماذا كانت الهجمة على العرب والدول الإسلامية أكثر اشتعالا في مناطق الانفجارات العرقية ؟ أليس هذا التدافع في استخدام أساليب العنف والتصفيات الجسدية ضد المسلمين ؟ سواء في يوغسلافيا السابقة أم في غيرها في الهند أو ماليزيا والأراضي الفلسطينية أو في ألمانيا وبعض الدول الأوروبية (١) .

إن من أخطر المسئوليات الملقاة على عاتق الإعلاميين العرب والمسلمين هي ضرورة المبادرة بالتصدي لمثل هذه الهجمات ، لامن منطلق فتح جبهات صراع معها ولكن من منطلق التفاعل الحضارى والحوار العقلانى والعمل على مواصلة هذا الحوار مع الصفوة من مفكرى الغرب وقادة الرأى به ، وتوسيع دائرة التواصل مع مختلف شرائح المثقفين في مجتمعاته .

ومع أننا لا ننكر دور وسائل الإعلام في الدول الغربية في كشفها للقناع

(١) الأهرام ٢٧ / ٢ / ١٩٩٣ مقال بعنوان دور الإعلام الغربى في الافتراء على العرب والمسلمين ، بقلم زكريا نبيل .

أحيانا عن انتهاكات حقوق الإنسان وحالات المجاعات الحادة ، والممارسات الاجتماعية غير العادلة ، وأن ذلك يعتبر إنجازات ضخمة تحققت الإنسانية في عصر ثورة الإعلام والاتصال والمعلومات ، ألا أننا ينبغي أن نكشف القناع وأن نذكر حقيقة على جانب كبير من الأهمية ينبغي أن توضع في الاعتبار عند البحث والدراسة ، وهي أن منطقتنا العربية والإسلامية بوجه عام تعاني أشد المعاناة من فقدان المعرفة ، وأن الصورة لدى وسائل الاعلام العالمية عن الشعوب الإسلامية والعربية صورة مشوهة للغاية حيث تصورنا أننا شعوب متعطشة للدماء ، وتنزع نحو العنف والقتل والفوضى ، وأن رسم الصورة بهذا الشكل معتمة ، يؤكد هذا الاتجاه الدكتور حمد عبد العزيز الكواري وزير الإعلام والثقافة القطري في المحاضرة التي ألقاها في جامعة هارفارد الأمريكية تحت عنوان دور الثقافة والاعلام في صياغة عالم جديد .

تحدث الدكتور الكواري عن موقف وسائل الاعلام الدولية التي يهيمن عليها الغرب ونظرتها إلى العرب والمسلمين قائلا : « أي نظرة إلى مصادر المعلومات الكبرى في عالم اليوم سوف توضح أن الإسلام والمسلمين والعرب مرادفون للتخلف والعنف والتطرف ، وأن سيوف الإسلام كانت مشروعة لتهديد الغرب في سعيه نحو تحقيق السعادة ، وأنه من المفارقات أن ذلك يحدث في وقت يبدو فيه المسلمون ضحايا للاضطهاد والمذابح في أماكن مثل البوسنة والهرسك وفلسطين والصومال وبورما والهند وفي أماكن أخرى (١) .

وبالإضافة إلى ذلك فإن أخبار الدول الإسلامية تنقل عبر وكالات الأنباء العالمية ، وتعرض للتشويه والحذف والإضافة ، ولا تعرف دولة إسلامية أخبار دولة أخرى إلا من خلال مانتقله وكالات الأنباء الغربية المتحيزة في النقل والتعرض فعلى سبيل المثال نحن لا نعرف عن بنجلاديش

(١) الأهرام ، ٢٧ / ٢ / ١٩٩٣ م

ألا أنها دولة تكثر فيها الاضطرابات والقتل والفيضانات والفقر لأن وكالات الأنباء لا تنقل إلينا إلا هذه الصورة القائمة عن هذا البلد المسلم الشقيق، إن هذه المفارقات الخريبة ما هي إلا صورة من صور المعاناة التي نعيشها في عالمنا الإسلامي بسبب اعتماد وسائل الإعلام لدينا على وكالات الأنباء في معرفة أخبار بعضنا بعضاً، بالإضافة إلى محدودية حجم هذه الأخبار فإنها لا تعكس الواقع إذ لا تقدم منه إلا ما يتعلق بالكوارث والقتل والسلبات والتظاهرات والانقلابات العسكرية... إلخ وإذا حدث وأظهرت وسائل الإعلام الغربية مشكلات بعض الدول الإسلامية وإنجازاتها وتطلعاتها بصورة موضوعية فإنما يكون ذلك في شكل ملاحق صحفية أو برامج معينة تتقاضى مقابلها مبالغ باهظة (١). أما غير ذلك من الأخبار الإيجابية فهي غير ذات قيمة حقيقية لوسائل الإعلام ووكالات الأنباء الغربية.

إن نظام الإعلام الراهن يعمل على بقاء نوع من الاستعمار السياسي والاقتصادي والثقافي ينعكس غالباً على تفسير الأنباء المتعلقة بالبلدان النامية خاصة الإسلامية، ويتجلى ذلك في ألقاء الضوء على أحداث تكون أهميتها محدودة أو حتى معدومة في بعض الأحوال، وفي تجميع وقائع متفرقة وإبرازها على أنها كل، وفي إبراز الوقائع بصورة تجعل الاستنتاج الذي يخلص مواكبا بالضرورة لمصالح تلك الشبكة العالمية، وفي تضخيم أحداث ضيقة النطاق بغية إثارة مخاوف لامبرر لها. وفي السكوت عن أوضاع غير مواكبة لمصالح البلاد الأصلية لهذه الوسائل الإعلامية، وبهذه الطريقة لا تنطلي أحداث العالم إلا بالقدر الذي يناسب مصالح مجتمعات معينة، وكذلك تشوه المعلومات إستناداً إلى القيم الأخلاقية والثقافية والسياسية الخاصة بدول معينة، تحديداً لقيم الأمم الأخرى وإهتماماتها وتقوم معايير

(١) د. مصطفى الصمودي، النظام الإعلامي الجديد، مرجع سابق ص ٤٣

الاختيار بوهى أو بدون وعى على أساس المصالح السياسية والاقتصادية للشبكة العالمية وللبلدان التى ترسخ فيها هذه الشبكة، فخلاص ذلك التركيز على استخدام المسميات المسكوكة والنحوت والتعاريف المفروضة التى يتم اختيارها بقصد التحقير (١).

ولهذه المعاناة صورة أخرى أكثر إيلاما وأجسح تأثيرا، فوكالات الأنباء الأجنبية هى التى تصنع الرأى العام العالمى، وتشكل رؤيته عنا نحن العرب والمسلمين، ولا عجب أن ينظر إلينا العالم نظرة الازدواء لأننا قوم مهمجئون، قساة القلوب نعيد المال والجنس ونحتقر المرأة ونحب الحرب ونكره السلام، ولا عجب أن ينظر العالم إلى ديننا تلك النظرة، وأن تتكون لديه هذه الصورة الذهنية هنا، لأن وكالات الأنباء ووسائل الإعلام الغربية تمد تلك النظرة بأسباب البقاء والنماء، كما أنها تشحن أذهان الناس بكل حارس مخملي الصورة الذهنية البشعة عنا، والتى تتكون لديهم عبر الأيام (٢).

وإذا كان هذا هو واقع الإعلام الغربى منذ لمد بعيد فإن وظيفة الإعلام العالمى والنظام الدولى الغربى الجديد سوف تتكون شديدة التعقيد، بحيث يصعب الفصل بين الوظيفة الإعلامية كوسيلة لتشويه الصورة وخلق الانطباعات السلبية عن شخصية سياسية أو دولة معينة أو نظام ما تميدا لعزله، وقد استخدمت هذه الطريقة بكفاءة منقطعة النظير مع العراق واستخدم الآن مع ليبيا وفلسطين وغيرها، حيث أن الأجواء العربية والإسلامية بالطبع مباحة أمام وسائل التصنت والمهيمنة الاتصالية، ولذلك لابد من مواجهة الوسائل الإلكترونية المتقدمة فى الإعلام والاتصال بوسائل

(١) المرجع السابق ص ٤٤

(٢) مجلة انجامة عدد ٩٣٧، ٧ جمادى الأولى، ١٤٠٧هـ

(م. ٩ - الإعلام الإجمالى)

وأساليب مشابهة ، فالمسألة صحيحة بيننا وبينهم ، ويؤثر ذلك على كفاءة الاتصال والإعلام الإسلامى (١) .

ورغم أن عملية تغيير النظام الإعلامى العالمى عملية مهمة وشاقة ودقيقة ومعقدة ، غير أنها ضرورة وأنه لابد من صحوة إعلامية لمواجهة أبعاد الغزو الجديد والهيمنة الجديدة فى مجال الصحافة ووكالات الأنباء ، وأن نقننه إلى ما يثبت إلينا وألا نصبح مجرد وسائل تردد ما تنبئه وسائل الإعلام الغربية دون تثبت أو تدقيق فى صحة أبعاد هذه المعلومات .

وعلىنا أن نثق فى مصادر أخبارنا وأن يعتمد بعضها على بعض ، وأن تطور أنفسنا وإمكاناتنا الإعلامية وكفاءاتنا الاتصالية ، وأن نتفتح على العالم ونقدم إليه ما يثق به ، لنفرض إحترامنا عليه ، وأن نكافح بكل طاقاتنا هذا الغزو السافر الذى يتمثل فى شكل محطات إذاعية ، تقوم بتشويه عقائد الأمة ، وتشككها فى قيمها وموروثاتها الإنسانية وهذا واقع أليم تعاني منه كثير من الدول الإسلامية (٢) .

وإذا كان الوضع الدولى يشهد مرحلة تعتبر منعطفًا تاريخيًا فى عالم اليوم ، حيث بعد تشكيل التوازن الدولى بعد سقوط النظام الشيوعى فى الاتحاد السوفيتى وتكوين ما يسمى بالكوماندوك الجديد ، فإن البحث عن رؤية إعلامية إسلامية حضارية وعالمية أمر واجب ، وبخاصة وأن المتغيرات الجديدة تطرح مداخل وعناصر يستطعم الإعلام الإسلامى أن يلعب دورا هاما ، حيث تعيش فيما كان يسمى بالاتحاد السوفيتى ما يقرب من ٨٠ مليون مسلم يعتبرون أكبر تجمع إسلامى فى العالم ، وسيكون لهم مقاعد مستقلة

(١) الأهرام ، ١٥ / ٢ / ١٩٩٢ م / مقال بعنوان النظام الدولى الجديد ، بقلم سلامة أحمد سلامة .

(٢) د . محمد عبده عانى ، الإعلام الإسلامى فى عصر الفضاء ، مرجع سابق .

في الأمم المتحدة، وقد أظهروا تعاطفهم مع المسلمين ومع قضايا العالم العربي وفي مقدمتها قضية فلسطين ، هؤلاء المسلمين يبحثون عن هويتهم الإسلامية، ويتطلعون إلى العالم الإسلامي بعد أن انكشف عنهم كابوس الشيوعية .

فخطة الإعلام الإسلامي لابد أن تحتوي على منهج عقدي يقدم إلى هؤلاء المسلمين الإسلام في إطار عصري ، حتى لا يتعرضوا للضياع والتمزق في كيانات صغيرة عرقية أو تحتويهم مذاهب وأيدولوجيات بعيدة عن الإسلام مقدم إليهم باسم الإسلام ، فالاشك فيه أن العقيدة الإسلامية أقوى وأقدر على توحيدهم في أمة واحدة تذيب فيها جميع الفروق العرقية والجنسية (١) .

وليس المطلوب في هذا المجال مجرد إصدار بيانات عاطفية أو نشرات مطبوعة ، ولكن المطلوب أولا وبسرعة الاتصال المباشر عن طريق القنوات الدبلوماسية والسياسية والإعلامية للعمل على ضم هذه الدول إلى أمة منظمة أو مؤتمر إسلامي ، ثم إرسال بعث للدعوة الإسلامية من علماء مستنيرين ، واستضافة علماء من بلادهم ، وتخصيص قناة إسلامية إذاعية وإن أمكن تليفزيونية موجه إلى تلك البلاد باللغة الروسية حتى نضمن التوجيه الإسلامي لتلك الدول .

ويستطيع الإعلام الإسلامي أن يلعب دورا على المستوى الثقافي حيث يقدم الصورة المضنية للمدالة الاجتماعية في الإسلام ، وأنه يدافع عن حقوق الفقراء ، وعلى المستوى الاقتصادي يستطيع الإعلام أن يوضح أنه لم يعد الاشباع المادي وحده هو الكفيل بتحقيق السعادة البشرية

(١) الأهرام ١٦٠ / ٢ / ١٩٩٢ ، مقال بعنوان (المسلمون الروس) د. أحمد شوقي الفنجري .

ولأنما أصبحت هناك حاجة للإشباع الروحي . ففضلا عن ذلك يجب بيان
الخطار التي نتجت عن إطلاق الحرية الفردية بلا قيود مثل تزايد معدلات
الإجهاض والاصابة بالإيدز ، كل هذه أمادت مرة أخرى الاهتمام بالضوابط
الدينية والأخلاقية في الغرب (١) .

ولاشك أن هناك أهمية كبرى تقع على عاتق القادة والمنظرين
والاعلاميين الإسلاميين والمفكرين إزاء هذا الوضع العالمي الجديد
والمستجدات الحالية ، لكي تتخذ الخطوات المناسبة في الطريق الصحيح
وأهمها أن يكون لدينا تعريف واضح وسياسة محددة ترجم هويتنا الإعلامية
والثقافية ومعطياتنا الحضارية ، ووجهاتنا التربوية على أسس واضحة من
عقيدتنا وقيمنا ومقوماتنا ، وأن نربط ذلك كله بالسياسة الاعلامية وخطط
التنمية الاقتصادية والاجتماعية لبلادنا ، ثم نعرف موقعنا من هذا العالم
الذي يؤثر فينا ومن المفروض أن يؤثر فيه (٢) .

وهناك بعض الطرق التي يمكن باتباعها التقليل من مخاطر الاعلام العالمي
على الامة الإسلامية ، وتحصين المسلم ضد الهجمات الشرسة والغزو الثقافي
الذي يأتي عن طريق العرض للمواد الإذاعية الأجنبية السلبية والمدمرة ،
والتي يكون هدفها المباشر أحداث عملية إحلال ثقافي وإهدار الأسس التي
تقوم عليها ذاتيتنا الثقافية وهويتنا الإسلامية والعربية .

١- دعم الإنتاج الذاتي للمواد الإذاعية أي الانتاج الذي تتولاه
هيئات الراديو والتلفزيون العربية والإسلامية بذاتها ، أو بالمشراكة مع
غيرها من الهيئات العامة أو الخاصة المعنية بشئون الانتاج الإذاعي

(١) الأهرام ٢١/٣/١٩٩٢ م

(٢) د . محمد عبده بجاني ، الاعلام الإسلامى في عصر الفضاء مزيج سابق ،

والتلفزيوني ، بحيث يمكن من خلال هذا الانتاج الحفاظ على الثقافة الثقافية العربية والإسلامية ، ويعبر عن أمالها وطموحاتها ، وأن يكون على مستوى في يحقق القدر المناسب من الجاذبية للجمهور المستمعين والمشاهدين ، وهنا لابد أن يوضع في الاعتبار عند وضع سياسات الانتاج وخطته توفير العناصر التالية :-

- ١ - الإمكانيات الفنية والتكنولوجية المناسبة .
 - ٢ - الكوادر البشرية المؤهلة إسلامياً ، والمدرية تدريباً فنياً متخصصاً .
 - ٣ - الموارد المالية اللازمة للتشغيل .
 - ٤ - المعلومات المتصلة بالجمهور المتلقي واحتياجاته الاعلامية والثقافية ، ومستوى ثقافته وعاداته في المتلقي .
 - ٥ - المعلومات المتصلة بخطط التنمية الاجتماعية والاقتصادية والثقافية والتعليمية ، حتى تتواءم خطط الانتاج مع خطط التنمية وتعمل على تنشيطها ودفعها إلى الأمام .
- ثانياً : تنشيط عملية التبادل بين الهيئات الإذاعية العربية والإسلامية لسد احتياجاتها من البرامج الجيدة حتى لا تضطر إلى اللجوء لمواد أجنبية في أهدافها ، وهي العملية التي يطاق عليها في المصطلح الحديث تيسير التدفق الأفقي لكي يقف في وجه التدفق الرأسي ، فقد ثبت من خلال الدراسات التي أجريت على عمليات التدفق الرأسي بين مراكز الانتاج الإذاعي العالمي وبين هيئات الاذاعة العربية والإسلامية أن التدفق الاعلامي يسير في اتجاه واحد من الخارج إلى الداخل (١) .
- وبذلك يمكن أن يسهم الاعلام الإسلامي في الحفاظ على الثقافة

(١) سعد لبيب ، دراسات في العمل التلفزيوني العربي ، مركز التوثيق الإعلامي للبحر الخليج ، بغداد ، ١٩٨٤ م

الثقافية والهوية العربية الإسلامية ، ويحمي كيان الأمة من الذوبان في الثقافة العالمية ، أو ما يعرف الآن بالغزو الثقافي الذي أصبح حقيقة تاريخية يعيشها العالم المعاصر في عصر ثورة المعلومات والحاسبات الالكترونية ، وتقنيات الاتصال الجماهيرية العملاقة ، وعصر الأقمار الصناعية والتوابع الفضائية المسخرة للاتصالات المختلفة، وفي مقدمتها البث الاذاعي والتلفزيوني . إن هذه التقنيات المتطورة بقدر ما هي عون في تقدم الثقافة الانسانية وإثراء المعرفة البشرية ، تشكل في الوقت ذاته خطرا متزايدا على المجتمعات المتلقية التي لا تملك حرية الاختيار أمام هذا الاقتحام الضار ، وهو أمر يفضي إلى نتائج سلبية بالنسبة للثقافات الوطنية، وتتعاظم هذه النتائج بمقدار عزلة تلك الثقافات وضعفها ، فهي تؤدي في المقام الأول إلى عملية إحلال لثقافات أخرى ، حتى على مستوى القواعد الجماهيرية لابتداء من العادات والممارسات والسلوك اليومي إلى سلم القيم ونمط الحياة ، مما يغير شخصية تلك المجتمعات بإعادة صياغتها على نمط أجنبي هدفه في نهاية الأمر هدف اقتصادي وسياسي وأيدولوجي (١) .

رابعا : المتغير الحضاري والثقافي :

قد يكون من أبرز المتغيرات التي يعيشها عالم اليوم هو الصراع الحضاري بين الأمم حيث يعيش عالمنا المعاصر صراعا حضاريا من نوع جديد فالصراع الدولي قد تحول من صراع عسكري إلى صراع حضاري ، بعد أن كانت الدول الكبرى تحشد قواها لامتلاك مزيد من الأسلحة وأدوات الدمار أصبح الصراع الآن قائما على مستويات أخرى ، وخاصة في مجال الاعلام وثورة الاتصالات والمعلومات والمجالات العالية والحضارية . أصبح الصراع الحضاري سواء على مستوى الدولي أو الاقليمي يعتمد

(١) مجلة الدراسات الإعلامية عدد ٤٩ ، أكتوبر ونوفمبر ١٩٨١ م

أساسا على العلم والتعلم الذى المستنير والاعلام^(١)، وهذا ما يجب أن يضعه فى الاعتبار قادة العالم الإسلامى وعلماؤه، فالتأخر فى الإخذ بتكنولوجيا الاعلام والاتصال ومواكبة ثورة المعلومات التى انتشرت فى جميع أنحاء العالم، وانتشار الأمية فى عصر الكمبيوتر يمثل عائقا أمام تقدم الاعلام الإسلامى وانتشار الرسالة الاعلامية .

لقد وصلت المعرفة البشرية فى النصف الثانى من القرن الحالى إلى مرحلة متقدمة، بحيث صار ما يصدر من سيل للمعلومات من المعاهد العلمية على اختلاف مستوياتها وعن وسائل الاتصال والاعلام ودوائر الحكومات والجامعات كذلك ما يذهل ويخيف المشتغلين بالاعلام ، فقد أصبح المكتبيون عاجزون عن تنظيمها وإدارتها وصار الجميع غير قادرين على الاستفادة منها على الوجه الأكمل .

وهناك دراسات كثيرة تبين أن المعرفة البشرية كانت تتطور ببطء طوال تاريخ الإنسانية حتى عام ١٨٠٠، وبعد ذلك التاريخ بدأت المعرفة تتضاعف كل خمسين عاما، وبعد حلول عام ١٩٥٠ أصبحت تتضاعف كل خمس سنوات وتقدر بعض الدراسات بأن ١٤٥ مليون وثيقة علمية قد نشرت خلال الحضارة البشرية^(٢) .

وهكذا شهدت القرون الأخيرة تطورا سريعا ومتلاحقا فى حركة النشر العلمى ، وهناك دراسات كثيرة أجريت بخصوص المعرفة وتطورها أوضحت أن المكتبات ومراكز المعلومات تزداد حجما بنسبة ٧٪ فى كل

(١) الأهرام بتاريخ ٢٢ / ٣ / ١٩٩٢ م مقال بعنوان التعليم ونظرية ماكنمار ، بقلم رجب البنا .

(٢) د . محمد الحادى نظم المعلومات فى المنظمات المتاصرة القاهرة ١٩٨٩ م ،

عام وتزيد مقتنياتها بنسبة ١١٪ من مجموع مصادرها سنويا ، وتقدر هذه الدراسات أنه بعد مرور ١٥ عاما سوف يكون في العالم ما بين ٣٥-٣٠ مليون باحث في العلوم المختلفة الطبيعية منها والاجتماعية والإنسانية ، وأن ما ينشره هؤلاء الملايين من العلماء يقدر بـ ١٤ مليون وثيقة في العام الواحد ، وخلال عقدى الخمسينات والستينات كانت أعداد الوثائق تزداد بما يقدر بمليون ونصف المليون وثيقة لكل سنة ، وتزداد حاجة القراء إلى مصادر المعرفة بنفس السرعة التي تزداد بها الوثائق ، وتدلنا بعض التقارير والإحصاءات على صورة تفجر المعلومات الذي حدث في مجال الدوريات فقط فإن أكثر التقارير تحفظا تشير إلى أنه صدر في العالم ما يزيد على ٩٠.٠٠٠ دورية مطبوعة أو شبه مطبوعة ، وأن ما يصدر كل عام يدور حول ٥٠.٠٠٠ دورية على المستوى العالمى ، وأن معدل الزيادة السنوية في عدد الدوريات يصل إلى حوالى ١٥٠.٩٠ دورية (١) .

ومن هنا شهدت السنوات الأخيرة انفجارا هائلا في حجم ما يطبع وينشر في كل مجال من مجالات المعرفة ولا سيما المتخصصة ، وعلى سبيل المثال فإن محرر باب العلوم في الصحيفة عليه أن يقرأ كل عام ما يربو على مليون مقالة نشرت في الدوريات العلمية والتكنولوجية ، وهذا المليون هو 'نقط حصر' للبقالات التي تحتوى على معلومات وأفكار جديدة غير مكررة وإلا ل زاد العدد بكثير ، وتؤكد الدراسات أن هذا السيل العارم من المعلومات سوف يستمر في إزدياد مطرد ، وأن هذه الزيادة سوف تأتى كنتيجة حتمية لتطور ثقافات الشعوب المتعددة وسوف يزداد نحو عدد المتخصصين والباحثين في شتى أنحاء العالم ، أضف إلى ذلك أن كثيرا من

(١) د . شعبان عبد العزيم بعليفة ، الدوريات في المكتبات ومراكز المعلومات العربى للنشر والتوزيع ، القاهرة ص ٣٥ - ٣٦

المجتمعات المتأخرة والقبلية اليوم سوف تتحول في المستقبل القريب إلى مجتمعات عصرية تفتح المدارس والجامعات وتنشئ المصانع وتطور الزراعة على أسس علمية (١).

ويرى علماء الاقتصاد السياسي أن الثورة العلمية والتكنولوجية الراهنة تتمثل في ثلاث مجالات رئيسية هي ثورة تكنولوجيا المعلومات وثورة التكنولوجيا الحيوية، وثورة تكنولوجيا المواد، ويرون أن ثورة تكنولوجيا المعلومات تتعلق بجمع وتخزين وإستعادة ومعالجة وتحليل المعلومات ونشرها، وتقوم على الربط بين التكنولوجيا المبنية على الالكترونيات الدقيقة وصناعة المعلومات، وتتصف تكنولوجيا الالكترونيات الدقيقة بسمات أهمها أنها ذات كثافة علمية شديدة، كما أنها تتميز بشدة كثافة رأس المال فيها وبتركيز شديد على النطاق العالمي (٢).

وتتوقف الاستفادة من هلايين الوثائق العلمية التي تنشر كل عام إلى حد كبير على التعاون بين المعاهد العلمية المختلفة في ميدان المعلومات لفائدة الجميع، ويمكن إنشاء شبكة من المعلومات على المستوى الدولي، تساهم في حل مشكلة المعلومات والمعرفة والإستفادة منها على مستوى دولي، وجعلها تحت تصرف العالم أجمع، فشاركة الدول جميعا في مشروع شبكة أو شبكات للمعلومات وجعلها عالمية بدلا من أن تكون على مستوى المناطق الجغرافية المختلفة أو كل دولة على حدة سوف تكون أكثر نجاحا وأضمن للحفاظ على الثروة العلمية والمعرفة البشرية.

(٢) د. د. يونس عز، نظم المعلومات الحديثة ص ١٦٦ منشورات جامعة
غازي يونس ١٩٩٢ م

(١) د. فؤاد مرسى، الرأسمالية تجدد نفسها، الكويت، عالم المعرفة،

١٩٩٠ م، ص ٣٧

وفي هذه الحالة يمكن استخدام الآفار الصناعية كأوساط لتخزين المعلومات ، وجعل تلك المراصد متاحة للعالم أجمع ، وبذلك تكون هذه الصناعة قد استفادت الفائدة القصوى من التكنولوجيا الحديثة ، التي من المفروض أن تعمل على خلق عالم أفضل يتحقق فيه العدالة العلبية ، وتكافؤ القرص بين القراء في مختلف أنحاء المعمورة (١) .

كل ذلك يؤكد أن المتغير الثقافي في الحقيقة له أهمية كبرى وبخاصة - كما سبق القول - أننا نعيش عصر ثورة المعلومات ، ولم يعد في المستطاع علق الأبواب المتغيرات الثقافية ، التي تطورت في إطار الثقافة الغربية وهي ثقافة تختلف في كثير من أسسها عن ثقافتنا والأسلوب الجديد للاستعمار العالمي - أو بما يسمى بالإمبريالية العالمية - الذي يحاول من خلال ضمان استمرار هيمنتها وسيطرتها على البلدان النامية ومنها البلدان الإسلامية ، وإحكام النفوذ من خلال الثقافة كبعد جديد يضاف إلى أبعاد السيطرة السابقة الاقتصادية والسياسية والعسكرية ، ومن خلال التغلغل الثقافي يتم نشر مفاهيم ثقافية وفكرية معينة تخدم وجود الدول الاستعمارية ، حيث يتم مسح الثقافة الوطنية وتشويهها ، والإقناع بأنها ثقافة متخلفة لا تواءم العصر ومتطلباته الحضارية ، فيصبح كل ما هو أجنبي له السيطرة والتفوق ، وهو المثال والنمط الذي يجب أن يقلد في ميادين الحياة كافة في الأدب والفن والموسيقى وتقاليد الحياة اليومية من المسكن والملبس ولغة التخاطب أو كما عبر عن ذلك الطيبه الفصالح في روايته موبلم الحجارة إلى الشمال بقوله : « لقد أسسوا المدارس ليعلبونا فنقول نعم بلغتهم ، وبعد سنوات من هذه الممارسات والتغلغل الثقافي تصبح ثقافة البلد تابعة للنمط الأجنبي ، وليست ثقافة وطنية تعبر عن خصائصها وسماتها القومية » لذلك فإن الغزو الثقافي

(١) د يوسف عزيز نظم المعلومات ، مرجع سابق ص ١٦٨

يعد من أحدث الأساليب الاستعمارية لضمان فرض الهيمنة والتبعية ، ذلك لأن غزو العقول أخطر من غزو الأرض لأنه غزو غير منظور وغير مباشر عما يعنى أن مكائنه أصعب وأقسى (١) .

ويلاحظ الآن أن الغزو الثقافي « غزو العقول » ملازم للقوة السياسية والعسكرية والاقتصادية في جعل أمريكا هي الدولة الأقوى في استعمال هذا الأسلوب ، وقد أغرقت المكتبة الاعلامية العالمية في السنوات الأخيرة بالكثير من البحوث والدراسات عن علوم الاعلام والاتصال ، وخصوصا ما يتعلق بالإعلان والعلاقات للعامة ومسوح الرأي العام ، وفي دراسة أجراها اليونسكو عن التداول الدولي للبرامج التلفزيونية نشرت عام ١٩٧٤م ، تشير إلى أن غالبية الدول النامية التي تولى برامجها محطات تلفزيونية تستورد ما لا يقل عن نصف البرامج تأتي من الولايات المتحدة الأمريكية ، وأن الدول التي تحتكر تصدير المواد التلفزيونية هي على التوالي الولايات المتحدة ثم بريطانيا وفرنسا وألمانيا الاتحادية ، ويلاحظ أن الدول الثلاث الأولى تحتكر أيضا مصادر الأنباء الدولية إذ يوجد بها مقر وكالات الأنباء الغربية التي تنسك في حركة الاعلام الدولي .

وهذه المواد التلفزيونية تتدفق في اتجاه واحد من الدول المتقدمة إلى دول العالم الثالث ، ومنها الدول العربية والإسلامية وتحصل للدول المتقدمة من الدول النامية على خير مما عندها ، بينما تحصل هذه الدول على أسوأ مما ينتج في الدول الغربية المسمى بالمتقدمة ، مما يلحق أضرارا فادحة بالثقافات القومية أو الأصلية ، ومن خلال ذلك يتم بفرض الأذواق الاجتماعية والثقافية الأجنبية ، على شعوب العالم العربي والإسلامي

منذ سنة ١٩٧٤م

(١) د . محمد سيد محمد - الغزو الثقافي والمجتمع العربي المعاصر - القاهرة

١٩٩٤ دار الفكر العربي ، ص-٢٨

مستهدفة خلق نمط ثقافي غربي من حيث المضمون والذوق والأسلوب (١).

والجدير بالذكر أيضا هنا أن الدول المتقدمة لا تصدر هذه الأعمال والأفكار سعيًا وراء مكسب مالى ، وإنما القصد هو تخريب العقول ومحاولة اقتلاع كل القيم من صدورهم واستبدالها بقيم أخرى غريبة عن القيم الإسلامية الأصيلة ، وقد أثبتت معظم الدراسات الميدانية التي أجريت في المجتمع المصرى على سبيل المثال أن نسبة مشاهدة الأفلام والمسلسلات الأجنبية عاليا جدا قد تفوق في حالات نظيرتها المصرية ، وخطورة هذا الوضع هو أن النسبة الغالبة من المشاهدين أميين حيث ترتفع نسبة الأمية بين أفراد المجتمع المصرى بأنواعها الثلاثة الأمية الأبجدية والأمية الحضارية وأمية الممارسة والتطبيق ، وبالتالي فإنهم يجلسون مبهورين بما يشاهدون في الأفلام والمسلسلات بل ويقلدون عن جهل ما يشاهدونه ، ولعل ما نراه اليوم من تقاليع عن أنماط سلوك ، وما نلسه من قيم وأفكار إنما هي من نتائج الأفكار المسمومة التي تغلغل فينا يوما بعد يوم ، حتى أن نوادى الفيديو قد أصبحت مليئة بمثل هذه الأفلام التي تفوق في عددها ونوعيتها كل ما هو محليا (٢) ، وهذا الوضع ينطبق على معظم الدول العربية والإسلامية .

إن الآفار الصناعية وأبراج الإرسال فائقة القوة قد استباححت كل أرض وكل وطن ودخلت كل بيت وكل أسرة ، ودمرت كل قيمة ومعتقد لأن كل ماتنفقه هذه الدول التي تمتلك تكنولوجيا الاتصال لا يمكن أن، يستنوف منها مليارات الدولارات لولا أنها تعتبر استثمارا ثقافيا رخيصا للتكلفة

- (١) د. حواطف عبد الرحمن ، قضايا التنمية الإعلامية والثقافية في العالم الثالث ، القاهرة دار الفكر العربى ١٩٨٢ ص ٧٥ ، ٧٥ .
(٢) د. محمد سيد عثمان ، تكنولوجيا الاتصال ، القاهرة ١٩٩٢ م ص ٥٧

مهما بلغت نفقائه ، فبدلاً من إطلاق صاروخ مدمر يكلف مليون دولار يمكننا أن نطلق قذيفة فكرية مسمومة لا تتكلف معشار ذلك المبلغ ، وتحقق من الفتك والتخريب أكثر مما يفعل الصاروخ أو الطائفة أو المدفع .

ولعل ما يجب التنبية إليه هنا أن هناك فرقاً شاسعاً بين كل من الغزو للثقافي والتبادل الثقافي ، حيث أن الغزو الثقافي يقوم على السيطرة الفكرية وعلى التغلغل غير المرغوب فيه للقيم والمعتقدات ، يقوم على التسلسل إلى حقول ووجدان الأفراد عبر برامج نظيفة ومنمقة ، يقوم على تدمير الثقافة التي يغزوها وإعادة تشكيلها من جديد سواء شاءت الشعوب أم أبى ، يقوم على العزف على الأوتار السياسية والاقتصادية والاجتماعية الممزقة للدول العربية والإسلامية ، يقوم على تكنولوجيا الاتصال وهيمنة الوسائل والرسائل الاتصالية الحديثة ، أما التبادل الثقافي فهو على العكس من ذلك بل هو ضرورة حتمية في ظل الثقافات المختلفة ، ويقوم على التبادل المتوازن للثقافات بين الشعوب التي ترفع في التعرف على ثقافات الشعوب التي تختلف عنها (١) ، وذلك دون إكراه أو قسر أو ضغط أو استغلال للظروف المادية أو الاجتماعية أو الثقافية .

والمعروف أن القوة الاستعمارية قد فرضت على شعوب العالم الثالث استخدام لغات الدول الاستعمارية السابقة ، ولا يزال هذا الوضع سائداً رغم حصول معظم دول العالم الثالث على استقلالها السياسي ، مما ترتب عليه إنعزال مجموعات كبيرة من السكان لغوياً بعضها عن البعض الآخر ، فضلاً عن الاغتراب الثقافي الذي انتشر بسبب اعتماد وسائل الإعلام

(١) المرجع السابق ص ١٧ - ١٨

في الدول النامية على اللغات الأجنبية ومجاهلها للغات الوطنية (١).

هذا المخطط الاستعماري قد نجح إلى حد ما في بعض البلاد العربية والإسلامية ، وفي بعضها الآخر نجح نجاحا باهرا على سبيل المثال في الجزائر وتركيا ، وبهذا نجحت أوسع عملية غزو ثقافي في التاريخ شملت العادات والتشريع والنظام السياسي والأخلاق والعادات واللغة والشعائر الدينية والأزياء وكل المظاهر الثقافية ، وعلى أية حال فالغزو الثقافي الأوربي من خلال وسائل الاتصال الحديثة ، يستهدف صراحة أو ضمنا تخطيط مقومات الأمة الإسلامية العقديّة والفكرية والثقافية والحضارية والتشكيك فيها ، والتقليل من شأنها أو الخط من قيمتها ، وتفضيل غيرها عليها وإحلال سواها محلها في الدستور أو مناهج التعليم أو برامج الإعلام والتثقيف والأدب والفن ، والنظرة الكلية للدين والإنسان والحياة ، فالعالم الغربي حرص على غزو العالم الإسلامي ثقافيا بأربع قضايا كالية هي :-

أولا : النظرة الغربية إلى الإنسان .

ثانيا : النظرة الغربية إلى الدين .

ثالثا : النظرة الغربية إلى الحياة .

رابعا : النظرة الغربية إلى السياسة والاقتصاد (٢) .

كذلك نجد الإشارة هنا إلى أن المتغيرات الاقتصادية أصبحت هامة جدا ، وهي كذلك منذ قديم الزمان فهي أحد العمود الأساسية لقوى

(١) د. مواطن عبد الرحمن ، قضايا التنمية الإعلامية والثقافية مرجع

سابق ص ٧٦

(٢) د. عبد الله بن عبد المحسن التركي ، تحديد مفهوم الغزو الثقافي ورقة

مخيمه ألمات في ملتقى الفكر الإسلامي التاسع عشر بالجزائر شوال ١٤٠٥ هـ .

يوليه ١٩٨٥ م

الدول المختلفة ، والعالم اليوم يتميز بتكتلات اقتصادية تميل نحو الضخامة ، وهناك تغير أيضا على مستوى التنمية الاقتصادية ، وبخاصة فيما يتعلق بالتركيز على الرفاهية والإشباع المادى كوسيلة لتحقيق سعادة الإنسان بطريقة متزايدة ، حيث أصبح من المحقق أن إشباع الحاجات المادية وحدها مع إهمال الجوانب الروحية والنفسية لا يحقق سعادة للإنسان ولا المجتمعات . ومن ثم لا بد من العناية بالجوانب الروحية ، أيضا ما يجرى من تغيرات في المجتمعات المختلفة من تركيز على حقوق الإنسان والديمقراطية ، فلدينا في الإسلام الحرية الشخصية والشورى الديمقراطية ، وهى قيم أصبحت تطرح على الصعيد الدولى بصورة متزايدة (١) .

خامسا : التعصب الأوروبى ضد الإسلام :

من المتغيرات التى تقلل من فاعلية الاعلام الإسلامى وتنتج مضاعفاتها على المضمون الفكرى للاعلام الإسلامى فى مجموعه وتفاصيله التعصب الأوروبى ضد الإسلام .

إن خبراء الاستراتيجية الغربية يصورون الإسلام على أنه هو العدو والخطر القادم بعد سقوط الاتحاد السوفيتى ، وقد ظهرت تيارات من التعصب السياسى والاجتماعى ضد الأجانب عامة ، وضد المسلمين بشكل خاص فى عدد ليس قليل من الدول الأوربية فى مقدمتها فرنسا وألمانيا وبلجيكا وإيطاليا والنمسا ، تراوحت بين البرامج السياسية والاعتداءات الجسدية وقد راودت المؤسسات الغربية مخاوف حقيقية من بروز قوة عالمية ثالثة لها دور حاسم فى تغيير الخريطة السياسية والاجتماعية للعالم بأكمله ، خاصة وأن تفزوات المستشرقين بإمكانية انبعث اسلامى لها ما يبررها عندما .

(١) - الأهرام بتاريخ ٢١/٣/١٩٩٣ م ، ندوة الأهرام كلية دكتوراه سلطان أبو على ، وزير الاقتصاد السابق .

انتشرت الصحوة الإسلامية بين شباب العالم الإسلامي في العقد الأخير، وأمام هذا الخطر القادم من الشرق في تصوريهم، لم يكن للغرب بديل غير استخدام سلاح الإعلام لتشويه وتدمير صورة الإسلام في أذهان الشعوب الغربية، فيصل الأمر إلى حد أنه يكتب ديفيد ويلس أحد كتاب صحيفة «كريستين سايلس مونيتور» الأمريكية مقالا يؤكد على أن الإسلام يحترق المرأة عنصرا بشريا من الدرجة الثانية بعد الرجل، وأن الإسلام دين متخلف عن الحضارة العالمية الحديثة (١).

لقد طغت ظاهرة التمسك ضد الإسلام في وسائل الاعلام الغربية بالذات بعد فوز جبهة الإنقاذ الإسلامية في انتخابات الجزائر، ثم إعلان قادتها عن تصوريهم للحكم إذا تولوا مقاليدته، وحاولت بعض المقالات والدراسات أن تصور الإسلام بالعنف وتربط بينه وبين التطرف وتصور تيار ما يسمى بالأصولية الإسلامية بالتطرف، الذي لا يتفق وحقوق الإنسان والديمقراطية في زعمهم (٢).

فالغرب يحمل لنا في أحماقه كراهية وطمعا، وهو لا يحظى ذلك بل يرى أن كلمة العرب ترادف الجثة المتهفنة والتخلف، وتعتقد شرائح من المجتمع الغربي أن الحضارة العالمية عليها أن تزول العرب من الوجود، لكي تستقيم الحياة، ويرى الغرب في الصحوة الإسلامية أنها خطر مدمر على الحياة الإنسانية (٣).

(١) مجلة منار الإسلام العدد الثالث لسنة العاشرة ربيع الأول ١٤٠٥
ديسمبر ١٩٨٤ م. مقال بعنوان: الإعلام الإسلامي وتحديات العصر د. زهير
الأمريحي.

(٢) الأهرام ١٢ فبراير ١٩٩٢ مقال بعنوان: الإسلام والديمقراطية
والتطرف بقلم عاطف النمرى.

(٣) الأهرام الاقتصادي ٥/٤/١٩٩٣ مقال بعنوان: الحرب تحت شعار
الدين بقلم بهي الدين شعيب.

وعلى سبيل المثال فإن من أوضح الدراسات التي تعرضت لهذا الموضوع ما كتبه أموسى ييرلوتر أستاذ العلوم السياسية في جامعة واشنطن التي قال فيها : « إن المشكلة التي أثارها أحداث الجزائر الأخيرة ليست مشكلة الديمقراطية ، لكنها مشكلة الخصائص الحقيقية للإسلام ، ثم يذكر أن الإسلام أو الأصولية الإسلامية كما يسميها لا تتفق مع حقوق الإنسان ، وأنها معادية للثقافة السياسية الديمقراطية برمتها .

وهناك دراسات صادرة عن المراكز السياسية والاعلامية والاستراتيجية للغرب تلتقي كلها حول أن الأصولية الإسلامية هي القوى الرئيسية الجديدة التي تناهض تهدد الاستقرار الإقليمي والأمن الدولي (١) .

وقد وصل الأمر إلى تشويه عقائد المسلمين الدينية وفكرهم وإسهامهم الحضارى ، والترويج لأفكار خاطئة عن الإسلام بكل الوسائل ، لدرجة أن البحث العلمى لم يسلم من هذه الموجة ، وإذا كان تاريخ الإستشراق هريقا في هذا المجال ، فإن من العجب أن تطوع مجلة علمية مرموقة كمجلة العلم والمجتمع التي يصدرها اليونسكو بسبع لغات حية تنشر مقالات عن العقيدة الإسلامية في عددها رقم ١٥٩ ، في حين أن المفترض أن تكون هذه المجلة محايدة وأن تقوم بنشر المعلومات الحقيقية الموثقة خاصة إذا تعلق الأمر بالأديان حتى تسهم في تحقيق مزيد من التعارف والتفاهم بين الشعوب ، وقد كشف الدكتور أحمد فؤاد باشا أستاذ الفيزياء بكلية علوم القاهرة لصفحة الفكر الدينى في الأهرام جوانب من هذه المقالات التي كتبها ديفيد كينج المدير الخالى لمعهد تاريخ العلوم بفرانكفورت في مقال له بعنوان « العلم في خدمة الدين » نشر في مجلة العلم والمجتمع يحمل رقم ١٥٩ .

(١) الأهرام / ١٢ فبراير ١٩٩٢ م ، مرجع سابق .

شكك الكاتب في ورود نص عن الصلوات الخمس لدى المسلمين وخطط بين الصلاة المفروضة والتطوع ، بالإضافة إلى ذلك عرض الدكتور فؤاد باشا لمغالطات أخرى لبعض المستشرقين قائلا : إن بعضهم يشكك في مقدرة العقلية العربية الإسلامية على الابتكار ، وعلى إكتشاف القوانين العلمية على أساس أنهم غير مؤهلين لذلك ، بحكم أن عقليتهم صحراوية كما يزعم المستشرق الفرنسي رينان . كذلك فإن بعض مؤرخي العلم قد نسبوا زورا بعض الاكتشافات العلمية التي اكتشفها المسلمون إلى علماء أوروبيين مثل نسب اكتشاف الدورة الدموية إلى وليم هارفي في حين أن الذي اكتشفها هو العالم العربي ابن النفيس . . . إن مؤلفات الغربيين والمستشرقين تزخر بالعديد من الافتراءات التي تهدف إلى إسقاط الدور الإسلامي الحضارى من حركة التاريخ ، وجعل إنجازات علماء المسلمين المعروفة على هامش العلوم الغربية القديمة ، وقصر إسهامات علماء الحضارة الإسلامية على مجرد وظيفة ساعى البريد الذى نقل الحضارة الإغريقية القديمة ، ويشير إلى أن هناك من يسعى جاهدا إلى سرد مبررات يحسبها علمية ليكيل اتهامات متنوعة للإسلام والمسلمين ، دون أن يترحمها أو يدلل عليها على نحو ما فعل جوى ديزموند برنال في كتابه العلم في التاريخ حيث زعم أن الثقافة الإسلامية ليست تقدمية . . . ولمواجهة هذه الدعاوى والافتراءات لابد من تأصيل الثقافة الإسلامية ، وإعادة صياغتها بما يلائم إيقاع العصر وبيان إسهام المسلمين في بناء الحضارة الإنسانية الحديثة من خلال وسائل الاعلام الإسلامى الدولية ، وذلك في إطار الإمام الواعى بكل الخصائص والسمات الحضارية التي تميزنا عن الآخرين ، بما يحصن شبابنا من هذه المزاعم ، ويجعلهم قادرين على الإسهام في بناء حضارتهم المعاصرة بنصيب يتناسب مع مجد أمتهم الإسلامية وتاريخها العريق (١) .

(١) الأهرام بتاريخ ٢١ / ٨ / ١٩٩٢ م . حوار بعنوان لا يزال مسلسل =

وتكشف الدكتور أنا مارى شمیل همیة الإستشراق عن سبب
التعصب الأوربي ضد الإسلام في مقدمتها الكتاب الدكتور مراد هوفان
« الإسلام هو البديل » قائلة : أن الجمل هو السبب الذي يجعل الحضارة
الغربية تقف عن الإسلام والمسلمين هذا الموقف ، وتعود بنا هذه
المستشرقة إلى لوحات فناني القرن التاسع عشر الغربيين وكانو شغوفين
بتصوير المسلمين أو المحمدين كما يسمونهم ، وكانوا يصورونهم برأية
همجين شاهري السيوف أو غرقى في الترف ومجالس اللهن والحسان .
تقرو الدكتور أنا مارى شمیل أن مصلحة الحرب المقدسة التي استملكته
بوسائل الاعلام الغربية والصقته بالمسلمين زورا ، هو مصطلح لا علاقة له
بالإسلام ولا يمت بأية صلة لمصطلح الجهاد ، وإنما هو من مخلفات الحرب
الصليبية ، أما الجهاد فكلمة عربية تعنى لغويا انصب و التعب ، والسعي
الدائب وتعنى دينيا الجهاد في سبيل الله دفاعا عن الدين لا عدوانا أو اعتداء
ودينيا أيضا يعنى الجهاد جهاد النفس ، حيث يسعى المسلم إلى الوقوف ضد
ضعفه الشخصى أيا كانت صورة هذا الضعف ، وتمضى الدكتور أنا مارى
في كلمتها : « إن من المحزن حقا ألا يميز الكثيرون في الغرب بين الإسلام
وما يقترب من جرائم باسم الإسلام ، أن الإسلام يرى من الإرهاب
والإرهابيين والأصوليين وهذا التعبير الأخير لا يمت إلى الاسلام بصلة
فهذه كلمة تطلق في اللاهوت على اتجاه معين في أمريكا ، ويقصد الاعلام
الغربي بها المتطرفين من المسلمين (١) ،

== العدوان على المسلمين وعقيدتهم مستمرا - مجلة عالمية دولية تروج المفاويزات عن
الشريعة الإسلامية ، أجرى الحوار محمد يونس .

(١) الأهرام بتاريخ ٢٨ / ٦ / ١٩٩٣ م مقال بعنوان الجمل هو السب
أحمد ميجت

البدائل

بعد هذا الاستعراض لأوضاع الاعلام الإسلامى، والوقائع والتحديات والمتغيرات التى تواجهه، الأمر الذى يقل من فعاليته لابد، لنا من إيجاد بدائل توضع أمام الاعلام الإسلامى حتى يخرج من إطار هذه الظروف أو التوقع فى حيزها، ويحقق الفاعلية المنوطة به

والبدائل هى بمثابة محاور متحركة ينبغى أن توضع خطة الاعلام الإسلامى واستراتيجيته على أساسها، وهذه البدائل توضع وفقاً لمستجدات الأحداث وتغير الأوضاع، فلا ينبغى أن نكون خطة الاعلام الإسلامى أو استراتيجيته جامدة لا تلاحق الأحداث، أو تقف عند محاور معينة وأفكار لا تتعداها، فهذا من شأنه أن يقلل من قدرة التأثير، ومواكبة الاعلام الإسلامى لما يتمخض عنه العصر من اضطرابات وتغير فى السياسات والنظم والمخترعات الحديثة أو التقنية المتطورة ولا سيما فى مجال الاعلام والاتصال.

لا يكفى عند وضع استراتيجية للاعلام الإسلامى أن يكفى بتصور المتغيرات وبلورة الأهداف وتحديد الوسائل اللازمة لتحقيقها، وإلا كانت هذه الاستراتيجية قاصرة عن تحقيق أهدافها وإدراك غاياتها، ولذلك فلا بد على واضع الاستراتيجية أن يضع أمامه مجموعة من الاختيارات والبدائل التى تكفل للخطة المرونة فى الحركة وتحقيق الأهداف، لأن النشاط الاعلامى يعمل فى إطار مجموعة من القوى والمتغيرات والأنشطة المتعددة (١).

والاعلام الإسلامى يجب أن يتغير فى موضوعه وأسلوبه وأن يتناول

(١) د. السيد عليوة، استراتيجية الإعلام العربى، مرجع سابق،

تطورات العصر والحاجات الملحة لجمهور المسلمين والقضايا الجوهرية في الإسلام ، وخاصة جانب المعاملات ، وبهذا يستطيع أن يساعد الأمة على بناء شخصيتها حضاريا وثقافيا وديليا . من خلال ما يقدم لها من نماذج حضارية وتاريخية ورؤية مستنيرة ، تعينها على التفتح الذهني الذي يعنى المتغيرات الحضارية والثقافية الموجودة على الساحة العالمية .

ويمكننا أن نضع هنا مجموعة من المحاور أو البدائل التي توضع في الاعتبار أثناء وضع استراتيجية للاعلام الإسلامى .

الإسلام أو العروبة :

هناك قضية طالما تثار في الساحة الاعلامية على مستوى العالم العربى والإسلامى ، وهى قضية الخيار بين الاسلام والعروبة ، هل ندعو إلى للعروبة أم للإسلام ، وهذا جدل لا طائل من ورائه ، فالاسلام ليس ضد العروبة ، والعروبة ليست ضد الاسلام إنما وجهان لعملة واحدة ، فلا إسلام بغير عروبة ولا عروبة بغير إسلام ، فالفصل بينهما لعبة استعمارية بغیضة تريد أن تضرب الوحدة الروحية فى مقتل ، وهى تأمر على الاسلام قبل أن يكون على العروبة ، لذلك لا بد أن يتكفل الخطاب الإسلامى الاعلامى برفع تلك الغشاوة عن أعين الكتاب والمفكرين والمثقفين ، ليعيد إلى الأذهان عوامل انصهار الوحدة العربية وقيم شأن التضامن الإسلامى (١) .

لقد اكتشف الجميع أن الحراب المواجهة إلى العروبة ، هى نفس الحراب المواجهة إلى الاسلام ، من هذا المنطلق فلا يلغى فى الخطاب

(١) د . محمد إبراهيم الفيومى فلسفة خطاب الإعلام العربى بين التعبير والتغيير ، بحث مقدم إلى ندوة الإعلام الإسلامى ، مركز صالح كامل جامعة الأزهر - القاهرة ذى القعدة ١٤١٢ هـ ، مايو ١٩٩٢ ص ٨

الاعلامى الإسلامى أن ينظر إلى الدعوة إلى العروبة على أنها قضاء على الوحدة الإسلامية أو العكس، فلا تعارض مطلقا بين الدعوتين وأنه بالإمكان أن تكون عربا ومسلمين فى آن واحد، فهناك دائما يثار تساؤل هل يدعو الاعلام الإسلامى إلى الجامعة الإسلامية حتى يكون للأمة مقصد واحد وتحكم الأقطار كلها بحكومات إمامها القرآن وأساسها الشورى والعدل، أم يكرس الاعلام الدعوة إلى القوميات الضيقة أو القطرية والاجابة على هذا التساؤل هى أن أفضل توجه يقوم إليه الاعلام الإسلامى هو الدعوة إلى أن يكون سلطان المسلمين القرآن ووجهة وحدتهم الدين، وكل ذى ملك على ملكه يسعى بحمده لحفظ الآخرين ما استطاع، فإن حياته بحياتهم وبقائه ببقائهم كما رأى ذلك جمال الدين الأفغانى ومحمد عبده فى العروة الوثقى منذ مائة عام أو أكثر (١).

إن من أخطر الأفكار التى تشيع فى العالم الإسلامى اليوم فكرة النزاعات القومية والعرقية التى مزقت المسلمين وحولتهم إلى أعداء فى الوقت الذى يتوحد فيه العالم من حولهم سياسيا واقتصاديا واجتماعيا، فقد توحدت أوروبا وتوحدت شعوب شرق آسيا فى سبيلها إلى التوحد وظهر ما يسمى بالنظام العالمى الجديد، فى هذا الوقت نجد من ينادى فى العالم الإسلامى بالنزاعات القومية والعرقية، ظانا أنها تستطيع أن تجمع شتاتها، بينما هى تساعد على مزيد من الفرقة والتشتت، لأن أية دعوة للوحدة لا تقوم على أساس الاسلام فلا فائدة منها، مهما روج لها الاعلام العالمى الذى يحاول نشر هذه الأفكار حتى يستمر العالم الإسلامى فى ضعفه وتناحره (٢).

(١) د. إبراهيم إمام. أصول الإعلام الاسامى، مرجع سابق، ص ١٦٥

(٢) د. سعد الدين السيد صالح، النزاعات القومية فى العالم العربى ودور =

فالاسلام رسالة عالمية لا يفرق بين شعب وشعب ولا بين جنس وجنس ، ومن هنا صهر الأمم في أمّة واحدة وألف بين القلوب ، وجعل المجتمع الاسلامى على قلب رجل واحد بصرف النظر عن الجنس أو اللون أو اللغة ، فقد اجتمعوا على كلمة لا إله إلا الله محمد رسول الله ، كانت هذه هى العصبية وهى الرابطة وهى التوجيه وهى العقيدة ، هذا هو الأساس الذى يجب أن ينطلق منه الاعلام الاسلامى فى المرحلة القادمة لأن فكرة القوميات فكرة دخيلة على الاسلام نقلها أعداء الاسلام إلى العالم الاسلامى كما سبق القول ؛ لتكون سببا فى إضعاف وحدة المسلمين وتمزيق شملهم وهى دھرة مشبوهة ، بدليل أن الذى روج لها فى قلب العالم الاسلامى هم نصارى الشوام الذين تلبذوا على أيدي المستشرقين والمبشرين من أمثال بطرس البستاني ومبشيل هفلق وفرح أنطون وجورجى زيدان وأدونيس وغيرهم .

لقد ظل الاعلام فى الدول الاسلامية فترة طويلة من الزمن يعزف على نغمة القومية ، وبعد أن كان المسلمون يستمدون وجودهم وتشريعاتهم على أساس الاسلام حلت القوميات محل الدين ، ووضعت قوانين ودساتير على أساس من المصلحة القومية والسياسية دون ارتباط بالشرعية الاسلامية .

فتركيا صنعت لنفسها قومية ، وإيران صنعت لنفسها قومية ، والعرب صنعوا لأنفسهم قومية ، وضاع الاسلام بين القوميات البغيضة ، وعلى أساس المصالح القومية البحتة . وقفت بعض الدول العربية مع النصارى ضد إخوانهم المسلمين فى الفلبين حيث أيدوا موقف ماركوس الصليبي ،

= الاعلام الإسلامى فى مواجهتها بحث مقدم إلى ندوة الإعلام الإسلامى ، مركز صالح كامل ، جامعة الأزهر ، ص ١

وفي مشكلة كشمير وقفت مصر الاسلامية وبعض الدول العربية مع الهند
الوثنية ضد باكستان الاسلامية ، وفي مشكلة ارتريريا وقفوا مع اثيوبيا
الصليبية ضد ارتريريا المسلمة وفي مشكلة قبرص وقفوا مع القبارصة ضد
الأتراك المسلمين (١).

ومن هنا فإن خطة الاعلام الاسلامي واستراتيجيته لا بد أن تنطلق
من شعار الوحدة الاسلامية الشاملة وأن تحاول الكشف عن خطورة
النزعات الوقتية والعرقية في العالم الاسلامي من خلال مختلف وسائل
الاعلام المطبوعة والمسموعة والمرئية ، كما يجب على الاعلام الاسلامي ،
أن يتبنى فكره الدعوة إلى الوحدة الاسلامية القائمة على أساس من العقيدة
فهي جنسية المسلمين وقوميتهم ، فالوحدة الاسلامية اليوم ضرورة تفرضها
ظروف العصر ومة تضيئات السياسة العالمية ، ولا مكان للمسلمين في عالم
اليوم إلا إذا توحدوا .

• • •

(١) المرجع السابق ، ص ١٤

الأصالة أو المعاصرة أو الدولة الدينية أو المدنية

يختلف التوجه الاعلامي في الدول العربية والإسلامية اختلافاً بيناً ، فهناك إعلام يدعو إلى ما يسمى الأصالة والدعوة إلى إستلام التراث الإسلامي . على أنه أساس لكل إصلاح منشود ، في حين هناك توجه آخر يرنو نحو المعاصرة ويعتبر الأصالة أو الدعوة إلى إستلام التراث ، السلفية ، ردة رجعية وأنها بمثابة العقبة الأولى ؛ بل والكبرى في سبيل أية حركة من حركات التنوير أو التقدم ، وتعني في مفهوم هؤلاء أنها الاستمساك بالمواريث التي كان الآباء والأجداد يمارسون الحياة على أساس منها (١) مع أنها في فكر من يدعو إلى الأصالة تختلف عن هذا المفهوم فهي تعني في مدلولها الخاص الاقتداء برسول الله صلى الله عليه وسلم في أقواله وأفعاله وتقريراته ، وتحقيق القدوة في شخصه كما يشمل الاقتداء بنهج الصحابة والتابعين ، ومن تبعهم من أهل القرون الثلاثة الأولى . ومن تبعهم من شيوخ الإسلام المحافظين على طريق السلف من الأوائل مع تباين المصور وتجدد المشكلات .

ولكن تصوير الأمر على هذا النحو خطأ جسيم إذ أنه ينبغي أن نخرج بين الدعوتين دعوة الأصالة والمعاصرة في إطار ما يخدم أهداف الأمة الإسلامية ، ويعمل على تقدمها ونهوضها دون إفراط في السلفية أو تفريط في الأخذ بالمدنية الغربية ودون الافتئات على المقدسات الإسلامية والنصوص الصريحة وروح الإسلام وجوهره ، فالإعلام الإسلامي هو

(١) صحيفة الاهالي بتاريخ ٢ / ٦ / ١٩٩٣ السلفية والتنوير رؤية قرآنية ، د . محمد أحمد خلف الله .

(٢) محمد قطب لادولة الإسلامية والحكومة المدنية ، انظر أيضاً محمد قطب ، واقعنا المعاصر ، السعودية ، مؤسسة المدينة للصحافة ، ص (٣) ، ١٩٩٠ م ، ٢٣ : ٢٢ .

الذى يستمد مقوماته من الاسلام دون أن يغفل في الوقت ذاته مستجدات العصر وقضاياه ، فليس من الخيار المطروح دائما أمام الاعلام الاسلامى التوقف والنظر إلى الماضى ، بل النظر إلى المستقبل مع الحفاظ على تراث الأمة ومقدساتها .

ليكن يلاحظ أن هناك تيارا فى الساحة الاعلامية الآن على مستوى الوطن العربى والاسلامى ، يعمل على تهيئة المضمون الثقافى والاعلامى فى وسائل الاعلام لتقبل النشاط العلاني ، الذى يضع الدين موضع الجدل والنقاش ، وتلك صورة تكونت لدى الداعين إليها منذ ما يسمى بعصر التنوير فى أوروبا وموقفهم من الدين والدولة ففصلوا بين الدين والدولة ، وقالوا مقولة السيد المسيح ما لقيصر لقيصر وما لله لله ، بينما الدين الاسلامى ليس فيه مثل هذا النص ، وليس هو ذاته صريح بوضع كوضعه كهيئة أوروبا فالبنون بينهما شاسع ، فالعلائقية - أو الفصل بين الدين والدولة - نشأت فى أوروبا نتيجة لظروف معينة ليس لها نظير فى الاسلام ولا فى تراثه ولا تاريخه . ومعنى أن تسيطر العلانية على الخطاب الاعلامى فى الدول الاسلامية والمجتمعات الاسلامى أن تقوم التشريعات على غير أساس من الدين ، لا شك أن هذه التوجيهات تنم عن حالة صراع فى الفهم تفهم المسلم عن اسلامه ، فهو يود أن يوازن بين معتقده الاسلامى الذى يعيش بين حضارته وبين صبغه بالحياة ذات النمط الغربى فهو ضياع تاريخى (١) .

لذلك كان على الاعلام الاسلامى أن يحمل على عاتقه مسؤولية التأكيد على خصائص الأمة ومقوماتها ، وأن الاسلام هو أهمها وفيه حياتها ومستقبلها ، تلك هى أبرز مسؤولية الاعلام فى توحيد توجهات الأمة فى

(١) د . محمد إبراهيم الفيوى ، فلسفة خطاب الإعلام العربى بين التبرير والتغيير ، مرجع سابق ص ٧ ، ٩

المرحلة الجديدة أو القادمة وذلك هو البديل المطروح أمام مخططي السياسة الاعلامية الإسلامية ، وذلك هو المنهاج الاساسى لنهضة الأمة العربية والإسلامية والخروج مما وقعت فيه الأمة من أمراض اجتماعية وترد فكري وسقوط حضارى .

لقد إلتبس على عقول بعض الناس صورة التسلط باسم الدين ونحكمهم فى مصائر البشر ، كما تختلط خطوط ورموز الصورة بما ألفوه وعرفوه من التاريخ القديم والحديث عن الحكومات الدينية من كمان أو أكليروس ، وما حفل به تاريخها من تجاوزات ، أما الإسلام فغير ذلك تماماً ، فهو لا يولى أحداً من العباد ساطة باسم الدين وليس فى الإسلام ما يسمى بطبقة رجال الدين ، وليس فيه كموتيه من أى شكل كان (١) .

و مع ذلك فبروح الاعلام لانكار هؤلاء الملحدين والعلمانيين ولوحظ فى الآونة الأخيرة بالذات أن هناك جماعة منظمة فى بعض البلاد العربية يقودها تحالف الشيوعيين والعلمانيين ، بدأت منذ فترة للمطالبة بسياسة ما يسمى بتخفيف تناييع التدين والهجوم على التيارات الإسلامية ، وفى بلد مثل الجزائر هناك هجوم على حزب حماس الإسلامى الذى يرأسه الشيخ نحاح وكذلك حزب النهضة ، بل وشارك التيار البربرى الفرلى الذى يتزعمه سعيد سعدى مع الشيوعيين ، ومن خلال البلديات التى عينت الحكومة أنصارهم فيها بعد حل البلديات الإسلامية فى تصفية المشاريع التى سبق أن بدأها الإسلاميون ، وصدرت قرارات فعلية بإلغاء بعض الجمعيات الخيرية والثقافية الإسلامية ، وشارك فى إصدار هذه القرارات وزير التعليم وهو ماركسى سابق (٢) .

(١) محمد قطب ، الدولة الإسلامية والحكومة الدينية ص ٥

(٢) الشعب بتاريخ ٢١ / ٥ / ١٩٩٣ الجزائر تطبيق تعاليم أمانودك .

وهذا الوضع نجد نظيرا له في مصر، فالتيار العلواني في مصر من أقوى التيارات العلوانية الموجودة في الوطن العربي والاسلامى، وهو تيار قديم وله حضور وصوت عال في أجهزة الاعلام، التي يسخرها العلوانيون والشيوعيون للترويج لأفكارهم وأفكار من هم على شاكلتهم من أمثال سلمان رشدى وسعيد عثمانوى ود نصر أبوزيد وعلى الدالى ولطفى الخولى وأحمد عبد المعطى حجازى وغالى شكرى ود. أحمد خلف الله، وسليم عزوز ود. سعيد النجار ود. رفعت السعيد وغيرهم.

فبعض العلوانين من أمثال نصر أبوزيد يرى أن نصوص القرآن تمثل ماضيا وليس لها في الحياة المعاصرة أية دور، وأن النصوص الشرعية إنما نزلت لتنظيم مجتمعات بشرية مضت وانقضت، ولا مجال لها في عصرنا الحديث، بل إنهم يعلنون رفضهم للاسلام ودين الله، ورغم أنه لا توجد في خبرة التاريخ الاسلامى على امتداده فضلا عن الأصول المنزلة تجربة حكم واحدة تعد نموذجا للدولة دينية أو حكم ثيوقراطى، إلا أن بعض العلوانين يؤكد أن تاريخ الدولة الاسلامية يشير إلى أنها دولة دينية بالمعنى الأوروبى أو الكلىسى، بل يذهب أنها أشبه أوروبا في العصور المظلمة، وأنه بناء على ذلك يجب الفصل بين الدين والدولة. . وأن نفعل مثلما فعلته أوروبا، حتى نحرز التقدم المزعوم في رأى الكاتب (١).

حتى أن التعليم والمناهج الدراسية لم يسلم من أيدي العاشين والعلوانين، لقد انفصلت الدراسات الاسلامية عن مناهج التعليم، وحذفت من كتب التاريخ الاسلامى المآرك التي خاضها الرسول ضد اليهود !! فضلا عن أن معظم المعلومات عن الاسلام مستمدة مما كتبه المستشرقون من أخبار مغلوطة وروايات ملفقة، وباسم التطوير ألغى أثر الحضارة الاسلامية

(١) الاحرار بتاريخ ٥ / ٤ / ١٩٩٣ مثال عمودى لسليم عزوز .

والعربية أما التأثير الأوربي على المجتمع المصري فقد أصبح واضحاً في كتب التعليم مما يفقد الطالب الثقة في ذاقه وأمته حيث يضعف لديه الوعي بما أنجزته الحضارة الإسلامية والعربية وأضافته إلى التراث الانساني (١) .

كل ذلك يجعلنا نقول أننا أمام هجمة شرسة تستهدف الاسلام والمسلمين هجمة من كل الجهات محلية وعالمية ، فهناك عملية إبادة للمسلمين في البوسنة والهرسك والفلبين وفلسطين ولبنان ، ولكن ليس غريباً أن يهاجم أهل الفرنجة الاسلام والمسلمين ، فهم يرونه أنه خطر عليهم ولكن الأغرب أن يهاجم الاسلام في عقر داره ، أو أن يهال التراب على بعض رموزه من العلماء والأئمة الأفاضل كالشيخ الغزالي والشيخ الشعراوي والشيخ عمر عبد الكافي من المعاصرين ، ومن القدماء من أمثال الشيخ حسن البنا وجماعته ، الإخوان المسلمين ، (٢) سواء اتفقنا أم اختلفنا معهم ، يكتب على الدال في صحيفه الجمهورية بعنوان « صوت الاسلام أم صوت الشيطان » يتهم الإخوان المسلمين بأنهم هم المؤسسون للإرهاب في مصر بل يقول بالنص : (إن رأس الأفعى هي جماعة الإخوان المسلمين ، لأنهم ليسوا صوت الاسلام كما زعموا بل هم صوت الشيطان - هذه الجماعة ليست إذن غير عصابات إجرامية وليست تياراً إسلامياً على الإطلاق

(١) الأهرام بتاريخ ٦ / ٤ / ١٩٩٣ مقال بعنوان فتنة في الأرض وفساد كبير بقلم فهمي هويدي .

(٢) مجلة أكتوبر ١٣ / ٦ / ١٩٩٣ : قال بعنوان اتقوا الله في الشيخ الشعراوي بقلم حامد دنيا للشعب ٢٥ / ٥ / ١٩٩٣ مقال بعنوان هذا دنيا الشيخ الغزالي . روز اليوسف بتاريخ ٥ / ٤ / ١٩٩٣ مقال بعنوان وحيد حامد ، حوار الأسبوع .

ذلك أن الاسلام يعرفه ملايين المصريين أكثر مما يعرفه حسن البنا (١) ،
هكذا يصب الكاتب جام غضبه دون موضوعية ودون تفرقة بين مالهـم
من إيجابيات أو سلبيات .

لقد اهتم التيار العلماني ما تعرض له مصر من أخطار وخاصة ما يسمى
بالارهاب والتطرف ، الذي يحمل رايته أناس هم أبعد ما يكونون عن
الاسلام ، اهتم التيار العلماني هذه الفرصة للهجوم على كل ماهو إسلامي
واستخدموا في ذلك السلاح الذي يدعون لمقاومته استخدموا الارهاب
الفكري للدفاع عن أحد رموز التيار العلماني عندما رفضت جامعة القاهرة
ترقيته إلى درجة أستاذ ، وأثبت التقرير العلمي الذي تقدمت به اللجنة
الدائمة أن الانتاج الذي تقدم به لا يرقى إلى هذه الدرجة ، ولكن نظرا
لاتهام الدكتور نصر أبو زيد إلى التيار العلماني أبت بهض الأقلام إلا أن
تثير حربا شعواء على أعضاء اللجنة ، وعلى رأسهم الدكتور عبدالصبور
شاهين على اعتباره رمزا من رموز التيار الاسلامي في جامعة القاهرة -
في الصحف القومية والحزبية (٢) ، والدفاع عن الافكار الالحادية باسم
حرية الفكر ، وبرزت أسماء معروفة باتجاهها اليساري والعلماني مثل لطفى
الخولي وأحمد عبد المعطى حجازى .

وصف لطفى الخولى جامعة القاهرة بأنها كتاب سيدنا وأسماء إساءة
بالغة إلى هذه المؤسسة العلمية العريقة التى أنجبت أشهر مفكرى مصر
وعلمائها (٣) .

ويصف أحمد عبد المعطى حجازى فى مقال له بالاهرام الدكتور

(١) الجمهورية بتاريخ ٤ / ١٩٩٣ م

(٢) عقيدتى ٣ - ٤ / ١٩٩٣ م . مقال بعنوان : الهجوم المنظم على جامعة
القاهرة .

(٣) الاهرام بتاريخ ٧ / ٤ / ١٩٩٣ م

عبد الصبور شاهين بأنه أهدر القيمة العلمية في التقرير الذى قدمه في إنتاج الدكتور نصر أبو زيد (١)، وتتهم الأهلالي الذين رفضوا ترقية أبو زيد بسرقة الأبحاث العلمية والتشكيك في ذمتهم المالية (٢) .

ولا يمكن تفسير هذا الحشد الاعلامى من المقالات والتعليقات إلا على أنه حلة منظمة لتهريب الجامعة والإساءة إليها ، وإظهار قوة التيار العلماني وفرض إرادته ومناصرة رموزه، والتمسكين لهم في المؤسسات العلمية، ومنها جامعة القاهرة، وقتل الصحوة الإسلامية والتشكيك في القرآن وخط الحقائق، حتى تظهر العقيدة الإسلامية أمام النشء وأمام المؤمنين من عزة (٣) .

ولكن البديل المطروح لكل هذا هو إستلزام روح الإسلام وتفهم الشريعة الإسلامية بروح عصر أن تسلب من مصادرها الموثقة ما ينفع الناس، وفهم الإسلام فهما جيدا على أنه استمرار لدعوة الحق التي جاء بها النبيون والمرسلون وقدميه للناس في صورته السمحة ، وبيان ما فيه من مبادئ سامية وقيم نافعة ، ومعطيات حضارية وإنسانية .

التمنية أو التبعية :

العالم الإسلامى فى جملته ينتمى إلى العالم الثالث برغم التفاوت الكبير بين دوله وشعوبه فدخل الفرد فى بنجلاديش فى متوسطه السنوي يبلغ ثمانين دولارا ، بينما يزيد فى دول الخليج عن ١٨ ألف دولار رغم ذلك فإن العالم

(١) الأهرام بتاريخ ٧ / ٤ / ١٩٩٣ م

(٢) الأهلالي ٧ / ٤ / ١٩٩٣ م

(٣) الحقيقة ١٤ / ٦ / ١٩٩٣ - مقال بعنوان يا دكتور تنوير أم تضليل كتبه محمد إسماعيل الرد على الدكتور أحمد خلف الله فى مقال له نشر بعنوان السلفية والتنوير رؤية قرآنية ، .

الاسلامى يقع أغلبه فى نطاق الدول النامية ، لأن التنمية الشاملة بأبعادها الاقتصادية والاجتماعية والثقافية لم تتحقق فى تلك البلدان البروتولية بالقدر الذى يخرجهما من إطار العالم الثالث (١) .

إذن فالمجتمع الاسلامى يحاول الخروج من هوة التخلف ، ولكنه لم يصل بعد إلى التقدم أو النمو المنشود ، فالاعلام الملائم له هو إعلام المجتمع الاتقالي الذى يستمد مقوماته من أن الاتصال يجرى فى الاطار التقليدى ، ويسعى إلى النموذج التنموى العصرى ، ويواجه الأزمات والتغيير (٢) .

وتستطيع وسائل الاعلام أن تقوم بدور كبير فى عملية التنمية ، حيث تساعد على نشر الأفكار الجديدة بين الجماهير وخلق الجو المناسب للتنمية اليومية ، ودعم التطور ومضاعفة التعليم ، وتميئة الجو الملائم للتصنيع والاختذ بأسباب المدنية ، ورفع المستوى الفكرى والوجدانى بين الجماهير (٣) .

فالاعلام قوة حضارية تعمل على توسيع الآفاق وتلاقى الأفكار بين الاتجاهات التقليدية المنعزلة فى المجتمع والاتجاهات التقليدية والحديثة ذات الآفاق الرحبة العريضة (٤) ، وهذا يؤدى إلى دفع عجلة التنمية الاقتصادية والاجتماعية وارتفاع مستوى المعارف والمعلومات وتقوية الدافع إلى التحصيل والانجاز والتطلع ، لذلك فلا بد من مشاركة الاعلام الاسلامى فى النهضة التنموية عن طريق الاعلاميين المتخصصين فى الاقتناع والتأثير فى الجماهير .

(١) د . محمد سيد محمد ، الإعلام والتنمية . ط ٤ ، دار الفكر العربى ١٩٨٨م

(٢) د . السيد عليوه استراتيجىة الإعلام العربى ، مرجع سابق ص ٢٥٨

(٣) د . إبراهيم إمام . الإعلام والاتصال بالجماهير ، مرجع سابق ص ٤٠٦

(٤) المرجع السابق ، ص ٤٠٩

وبالرغم من أن المجتمع الاسلامى يواجه قضية الدين وحكم الدين فى تفاصيل حياته إلا أنه يتمتع بمساحات شاسعة لحركته وحياته واختياراته وعلى هذا الأساس تصبح التنمية الاسلامية قضية عقائدية من وجهة نظر المسلم، حيث أنه مكلف شرعاً بأعمار الأرض والانتفاع بخيراتها ونصوص القرآن واضحة فى ذلك كل الوضوح (١).

كل هذا يؤكد على مسئولية الاعلام الاسلامى ودوره فى الدعوة إلى التنمية والانتقال بالمجتمع الاسلامى من التخلف إلى التقدم وتحقيق الاتفاق والتعاون بين أفراد الشعوب الاسلامية عن طريق الافئاع وليس العنف بمعنى الاعتماد أساساً على الافئاع فى السيطرة على الجماهير وضمان قيامهم بالأدوار المطلوبة (٢).

فضلاً عن ذلك فإن هناك مهمة أساسية للاعلام، وهو أن يجعل المواطن العادى يحس بمشكلة التنمية ليس داخل قطره لحسب، وإنما داخل الوطن العربى الاسلامى ككل وبأبعادها القومية الحقيقية.

كذلك يستطيع الاعلام بما له من دور فعال فى مجال التنمية بكل أبعادها، أن يؤدى دوراً كبيراً فى توضيح رؤية الاسلام وتوجيهاته فى الحث على العمل والابتكار واستخدام جميع وسائل الانتاج المتاحة فى جميع مجالات العمل مع مراعاة الدقة والانتقان والجودة، وكل ما من شأنه أن يحفظ لهذه الأمة كيانتها وهيبتها وأمنها واستقرارها ويجعلها مرهوبة الجانب.

وهناك أيضاً مجالات أخرى لا تقل شأنًا عن المجال الاقتصادى وهى المجالات الاجتماعية والثقافية حيث يسهم الاعلام فى التصدى للعادات

(٢) د. د. محمد سيد محمد، الاعلام والتنمية، مرجع سابق ص ١٢٦

(٣) المرجع السابق، ص ٣٣٣

(م ١١ - الإعلام الإسلامى):

والمفاهيم الخاطئة والتقاليد البالية التي تعوق حركة التنمية الشاملة في المجتمع الإسلامي ، ولا سيما تلك العادات والتقاليد التي لم تعد تناسب العصر الحاضر ، ولا تتفق مع صحيح الدين ، لذلك ينبغي لمواجهة هذه الأمور تقديم الصورة المثلى للمسلم المعاصر ، ونشر وغرس المفاهيم والسمات الصحيحة والقيم الجديدة المستمدة من روح الإسلام وتواءم مع العصر الحاضر ، وتتناسب أيضاً مع مطلب التقدم والتطور التي تنفعه المجتمعات الإسلامية في كل مكان .

إن الأهداف الأساسية التي يجب أن يكرس لها الإعلام الإسلامي الآن أيضاً هي : الإسهام في التنمية القومية الشاملة ، وتحقيق العدالة الاجتماعية والتضامن العربي والإسلامي ، وتحرير التراب الإسلامي من السيطرة الصهيونية والأجنبية في كل بقعة من الأرض الإسلامية ، وتزويد الشعوب الإسلامية بكل ما هو جاد وضروري للتقدم ومواكبة العصر ، وتسليحهم بالوعي السياسي والقومي ، ومواجهة تيار التفريب والتبعية في كل مظاهرها وأشكالها ، سواء كانت تبعية إعلامية أو تكنولوجية أو ثقافية وغيرها (١)

(١) د. عواطف عبد الرحمن ، دراسات في الصحافة العربية المعاصرة ، بيروت ، لبنان ، دار الفارابي ، ١٩٨٩ ص ٥٩ ، ٦٧

الخاتمة

يتضح مما تقدم خلال هذه الأطروحة مدى الأهمية التي يمكن أن تدرك من وضع إستراتيجية للاعلام الإسلامى فى هذا العصر ، الذى يتسم بالتقدم الهائل فى تقنية الاعلام والاتصال وثورة المعلومات على المستوى العالمى والإقليمى ، وسط هذه الظروف التى تمر بها الأمة الإسلامية ، والتحديات الفكرية والاقتصادية والسياسية التى تواجهها .

وتؤكد أن التخطيط الاعلامى القائم على أسس من الدراسة وبعد النظر يمكن أن يؤثر فى قرارات الأمة ، وتحويل مجرى تفكيرها تجاه بعض القضايا التى تمس ماضيها وحاضرها ومستقبلها .

وأن الاستغلال الأمثل لإمكانات وسائل الاعلام فى العالم الإسلامى لا يمكن أن يتم إلا من خلال تخطيط علمى سليم ، وفى إطار سياسة إعلامية عريضة ، وإستراتيجية طويلة المدى ، من خلال تصور واضح تكون الإمكانيات فيه محدودة ، والأولويات معروفة وأن يكون هناك تنسيق وتكامل بين المواد الاعلامية فى الصحافة والإذاعة والتليفزيون ، والكتاب الإسلامى ، بحيث لا يحدث تعارض بين ما تقدمه هذه الوسائل من قضايا وما تعالج من مشكلات ، وإستغلال لجميع أدوات التغيير والأشكال الفنية بما فيها الدراما ، للتعريف بأمور الدين والقضايا الإسلامية ، شريطة أن تستخدم هذه الأدوات والأشكال الفنية فى إطار قيم الإسلام ومبادئه ومعتقداته .

إن الهدف من وضع إستراتيجية للاعلام الإسلامى هو أن يتحقق لنظام الاعلام الإسلامى ومؤسساته الفعالية والكفاءة العالية والمستوى الجيد فى المضمون والأداء ، وتحقيق الأهداف والاستخدام الأمثل

الإمكانيات والإرتقاء بالأساليب ، والاستفادة القصوى من التقدم العلمى الكبير فى مجال البحوث العلمية والاعلامية والتقنية العالية فى مجال الاتصال والحاسبات الالكترونية المتطورة ، التى ترتب على إستخدامها تأثير الاعلام على العلاقات السياسية والاقتصادية والاجتماعية بين دول العالم بصفة عامة وعالمنا الإسلامى بصفة خاصة .

وجعل لوسائل الاعلام تأثيرا على قراراتنا وأسلوبنا فى الحياة وبسبب ذلك فإن عبئا ثقيلا يقع على أكتاف الذين يخططون ، والذين يعملون فى وسائل الاعلام ، فالتساع نطاق البث المباشر الذى صار يمكن المحطات التلفزيونية العالمية من تجاوز الحدود البعيدة ، وإقتحام واقعنا الإسلامى يلفت النظر إلى ضرورة المسارعة إلى تنمية قدراتنا الاعلامية فى مجال الإذاعة المرئية بالذات ، حتى نصبح قادرين على الصمود فى مواجهة ذلك الغزو الجديد .

ومن هنا تبرز أهمية وضع إستراتيجية بعيدة المدى للاعلام الإسلامى تحقق هذه الأهداف المنوطة بالاعلام الإسلامى من خلال رسم سياسة إعلامية مثلى ، تستطيع مواجهة الحملات الاعلامية الشرسة المتوالية ضد الإسلام والمسلمين ، وأن تقوم بتزويد الرأى العام العالمى بالرؤية الإسلامية للقضايا المعاصرة ، وتعريف العالم كله بموقف الإسلام من العقائد والأديان والمذاهب الأخرى ، والتعرف على قضايا العالم الإسلامى ، وكيفية معالجتها إعلاميا على الصعيد الدولى ، وتحديد أولويات هذه القضايا وتوفير البرامج والمواد الاعلامية الملتزمة بمناهج الإسلام ، والتحرر من سيطرة أجهزة الاتصال المناهضة للقوى الإسلامية .

لقد أصبح من المستحيل فى ظل التطورات الحديثة فى مجال الاتصال الدعوة إلى الانعزال عن العالم الخارجى حتى لا يقع تحت تأثير الفكر الأجنبى تحت ستار أنها تتاج إنسانى عام أو ثمرة للتقدم التكنولوجى المادى

الذى لا ينتسب إلى حضارة دون أخرى أو لثقافة بعينها دون غيرها، ولتدارك ذلك الأمر لابد من ضرورة التنسيق والتعاون في المجال العالمى على مستوى الدول الإسلامية والعربية ، ولا سيما في مجال البث المباشر عبر الأقمار الصناعية وتوابعها ، والعمل على كسب ثقة العالم الخارجى ،

كذلك ينبغى أن يوضع في إستراتيجية الاعلام الإسلامى أن تتوجه الرسالة الاعلامية لخير البشر جميعا ، بحيث تخدم الأهداف والمبادئ الإسلامية ، ولا تتأثر بالتوجهات المحلية لسياسة بلد إسلامى معين ، وأن تعتمد الأسلوب الإسلامى في العمل القائم على الموعظة الحسنة والمجادلة بالتي هي أحسن ونبد العنف كأسلوب مهما كانت ذرائعه وأسبابه .

وأن يوضع في الاعتبار كذلك أن العالم كله ليس وحدة واحدة ، بل أن كل منطقة من العالم لها خصائصها الحضارية والثقافية ، ولتى تتميز بمجموع مختلف من هذه الناحية مع الجماهير الأخرى ، وتسليط الأضواء على المعطيات الحضارية والثقافية والإنسانية للإسلام وتوظيف قيمته في بناء الإنسان المسلم ، وإبراز عطاء الإسلام للحضارة واستمرارية قدرته على ذلك . ومراعاة المتغيرات العالمية التى يمكن أن تؤثر على سير الرسالة الاعلامية بين القائم بالاتصال ، وبين المتلقى للرسالة الاعلامية الإسلامية وإلا ستفشل خطة الاعلام الإسلامى ، ولا يتحقق الأثر المطلوب منها .

إن الارسال التليفزيونى الاجنبى والوافد يبهز المشاهدين ويتسم بالاثارة والعنف والجنس مما سيعرض المجتمعات العربية والإسلامية للخطر ، ولابد من مواجهته بإرسال تليفزيونى عربى وإسلامى جيد لعدم القدرة على التشويش على هذه القنوات ، ومواجهة هذا الخطر يتطلب بث برامج عربية وإسلامية متميزة عبر الشبكات الفضائية ، تكون غنية بالثقافة والجاذبية وتوسيع مجال الاختيار للمشاهد العربى والمسلم بالاكتشاف من قنوات الارسال التليفزيونى عبر أقمار صناعية ملوكة للمنظمات الادلامية

الإسلامية تكون بديلة للقنوات الأجنبية ، ولا سيما بعد أن ظهرت قنوات
تصيرية إلى جانب القنوات التي تقدم برامج ثقافية أو تعليمية أو ترفيهية
عما يحتم تصافر جهود الدول الإسلامية والمعتنين بهذا الأمر ضرورة التصدي
لهذا البث الوافد الذي سيساهم بأفلامه وبرامجه ومسلسلاته في تحقيق أهداف
القوى الاستيعابية .

ولا بد الإعلام الإسلامي أن يوضع في إستراتيجيته الدور الذي يمكن
أن يلعبه النظام العالمي الجديد أو التحديات التي تواجهها دول العالم
الإسلامي ، وإذا كان العالم يسعى إلى تحقيق نظام عالمي جديد يقوم على
أساسه علاقات الدول في شتى المجالات ، فقد بات من الطبيعي أن يكون
هناك نظام عالمي جديد يتصل بالإعلام بحيث يضمن الدول الإسلامية
الاستقلال الثقافي والإعلامي الأمل ، لأن هذا الوضع هو أخطر المتغيرات
التي ظهرت في الوقت الحاضر .

إن من يقوم بعملية رصد لمسار حركة الإعلام الغربي في الحقبة الأخيرة
يدرك أن هناك ظاهرة التوجه في حركة الإعلام ضد المجتمعات الإسلامية
وأن هناك حملة منظمة تظهر بين فترة وأخرى لإذكاء روح العداء بين
الغرب والدول الإسلامية والعربية ، مما يلقي على عاتق الإعلاميين المسلمين
مستوى التصدي لمثل هذه الحملات بالحوار العقلاني والتفاعل الحضاري
والإنتاج الإعلامي الجيد .

وإذا كان الوضع الدولي يشهد مرحلة تعتبر منعطفا تاريخيا في عالم اليوم ،
حيث يعاد تشكيل التوازن الدولي بعد سقوط الاتحاد السوفيتي وتكوين
ما يسمى بالكومانونك الجديد ، فإن البحث عن رؤية إعلامية إسلامية
حضارية وعالمية أمر واجب حيث يعيش هناك حوالى ٨٠ مليون مسلم
يشكلون أكبر تجمع إسلامي في العالم . نقطة الإعلام الإسلامي لا بد أن

تحتوى على منهج عقدى يقدم إلى هؤلاء المسلمين فى إطار عصرى ، حتى لا يتعرضوا للضياع أو التمزق أو تحتويهم مذاهب وأيدولوجيات بعيدة عن الإسلام .

وليس المطلوب فى هذا المجال إصدار بيانات عاطفية أو نشرات مطبوعة ، بل يدغى الاتصال المباشر عن طريق القنوات الدبلوماسية والسياسية والاعلامية للعمل على ضم هذه الدول إلى أية منظمة أو مؤتمر إسلامى .

وأخيرا يستطيع الاعلام الإسلامى القائم على التخطيط السليم وعلى أسس واضحة من العقيدة والقيم الإسلامية ، أن يسهم فى الحفاظ على الذاتية الثقافية والهوية العربية والإسلامية ، ويحمى كيان الأمة من الذوبان فى الثقافة العالمية ، أو ما يعرف الآن بالغزو الثقافى الاعلامى الذى أصبح حقيقة تاريخيه يعيشها العالم المعاصر .

وما توفيق إلا بالله عليه توكلت وإليه أنيب ٥

توصيات

نضم هنا بعض التوصيات التي يخرج بها البحث مع بعض التوصيات المقترحة خلال المؤتمرات والندوات الاسلامية في مجال الاعلام الاسلامي بالاضافة إلى بعض البحوث والكتب التي تضمنت توجيهات أو توصيات تفيد في هذا المجال ، واستخدمت كراجع في البحث ومن أبرز هذه التوصيات والمقترحات التي تعد خلاصة لأفكار المشغلين بالاعلام الاسلامي هي :

- انبثاق الاعلام الاسلامي من العقيدة الاسلامية الصافية السليمة كما جاءت في الكتاب والسنة ، وتقنين الملل الضالة والنحل المنحرفة والطوائف الشاذة . . فالاعلام الاسلامي لا ينهض إلا في ظل العقيدة الاسلامية ولا يكتب له النجاح إلا إذا استهدف حذفها وتطبيق مبادئها من خلال بث برامج وأهدافه .

- العمل على توحيد صف المسلمين ، ورأب الصدع بينهم فلا تنازع في الأهواء ولا تعصب للمذاهب ولا تحيز للأشخاص على حساب الاسلام .

- التزام الصدق في كل حال في تقرير الحقائق والتزام جانب الحق والتزام الجانب الخلق في العمل الاعلامي الاسلامي وصدق الكلمة .

- إنشاء مجلس أعلى إسلامي للإعلام تشترك فيه كافة أجهزة ومنظمات الاعلام الاسلامي الدولية الحكومية والأهلية ، يتولى التنسيق بين كافة الأجهزة والمنظمات والتخطيط على المستوى الدولي وإدارة مؤسسات التدريب والتعليم الاعلامي على المستوى الدولي ويتبع هذا المجلس مجالس فرعية في معظم البلاد الاسلامية .

- دعوة الاعلاميين والمفكرين والمتقنين المسلمين لاستلهم الثقافة والحضارة الإسلامية في مختلف المجالات وبيان قدرة الفكر الإسلامى على إستيعاب مختلف أشكال المعرفة والعلوم الحديثة اللازمة لتنمية المجتمعات وتطورها واستقرارها .

- العمل على تطوير الصحافة الإسلامية لتحقيق الانفتاح عل كافة المجتمعات والقضايا المختلفة من خلال المماثلة الموضوعية والأساليب الصحفية الفنية وتقنياتها الحديثة ولتعتبر بصدق ووضوح وموضوعية عن القضايا الحياتية للجماهير ، ولتلى حاجات مختلف الفئات من الأطفال والشباب والمرأة من النواحي الدينية والثقافية والاجتماعية والسياسية وتوجيه الشعوب نحو الاصلاح والتنمية والبناء والعمل .

- تشجيع التأليف والترجمة في مجالات العلوم الإسلامية والاعلامية عن طريق إنشاء اتحاد المؤلفين وتخصيص إعانات لها ومكافآت مجزية لتشجيع على التأليف باللغات المختلفة .

- إنتاج برامج سينمائية وتليفزيونية وإذاعية مسجلة على أشرطة فيديو وكاسيت وأفلام سينمائية جيدة التأليف والتصوير والطبع لتغطية إحتياجات العالم الإسلامى فى هذا المجال .

- ضرورة توفير الحرية الكاملة لوسائل الاعلام فى الدول الإسلامية على أن يقابل هذه الحرية التزام الاعلاميين بالقيم الإسلامية ، والالتزام أجهزة الاعلام باتاحة الفرصة للرأى والرأى الآخر احتراماً لحق الإنسان .

- ضرورة التحرك السريع والواعى بأبعاد المرحلة الحالية بكل تحدياتها وخطورتها لمواجهة الخطر القادم من خلال الغزو السافر للبث المباشر بمحطاته الإذاعية و راديو - تليفزيون ، والذي يهدف إلى تشويه عقائد الأمة والتشكيك فى قيمتها وذلك بإنتاج برامج متطورة على مستوى علمى

متقدم تواجه البرامج الموجهة إلينا في إطار خطة منظمة وهادفة لتنفيذ الفرد المسلم وتحصينة ضد الثقافات الوافدة والغريبة على مجتمعتنا الإسلامى .

- تبنى وزراء الاعلام فى الدول الإسلامية موائيق إشراف للإعلام الإسلامى الصادرة عن المؤتمرات والندوات السابقة وتحويلها إلى دساتير ومناهج عمل يلزم بها العاملون فى قطاعات الاعلام الرسمية .

- العمل على إنتاج مواد وبرامج خاصة للأطفال ذات بعد إسلامى يمكن استخدامها فى مختلف محطات وقنوات الإذاعة والتليفزيون للدول الإسلامية مع مراعاة عمومية الفكرة وإستخدام الأفكار والمفردات المشتركة بين الدول الإسلامية .

- الاهتمام بالفنون الدرامية والأعمال الفنية المتميزة فى المجالات المختلفة التى تخدم مصالح الأمة وتبرز محاسن الاعلام، ومقاصد الشريعة كأسلوب تثقيفى وتربوى مقبول ومعالجة هذا كله من منظور إسلامى هادف وملتزم .

- تعزيز الجهود المبذولة بمراكز المعلومات الإسلامية ووحيدات الأبحاث وفى مجال البحوث والدراسات، وتوجيهها نحو القضايا الإسلامية الرئيسية والدراسات المستقبلية بهدف توفير المادة الاعلامية المناسبة للإعلام الإسلامى .

- العمل على الاستفادة من كافة وسائل الاتصال الجماهيرى المتاحة لنقل وجهة نظر الإسلام فى مختلف القضايا ، وخاصة ما يتعلق بالسلام العادل والعدل وحرية الشعوب ورفع الظلم عن بنى البشر وإلكتساب التأييد للقضايا الإسلامية العادلة .

- الاهتمام بعملية إنتاج البرامج الاعلامية الإسلامية لتكون متاحة للؤسسات الاعلامية الرسمية وغير الرسمية وتسهيل الحصول عليها .

- ترشيد الخطاب الاعلامي الإسلامى للتعبير عن مفهوم ومعنى الأمة الإسلامية الواحدة بهدف تعميق معنى الأمة في ضمير ووجدان شعوب الأمة الإسلامية ، وذلك بعد أن استحوذت المصالح الإقليمية والذاتية والجزئية على اهتمامات الاعلام فى العالم الإسلامى ، والعمل على تهيئة الرأى العام الإسلامى لقبول وتشجيع دعوة المصالحة وإنهاء الخلافات وتنقية العلاقات بين شعوب وحكومات الأمة الإسلامية واستشعار الأخطار المشتركة والشاملة الناجمة عن التمزق والتفرق .

- الدعوة للإلتزام بأدب الحوار الإسلامى فى معالجة القضايا الخلافية والاجتماعات بين التيارات الفكرية داخل الأمة الإسلامية وكذلك مع التيارات الأخرى مع تجنب النظرة المذهبية أو الإقليمية الضيقة التى تلحق الفروز بالدعوة والدعاة .

- دعوة الاعلام الإسلامى من أراء وأفكار كبار المفكرين والكتاب الصحفيين المتجردين للحق والعدل والسلام فى العالم والتعرف عليهم وفتح قنوات التعاون معهم ونشر إنتاجهم ، وتأكيده مشاركة الاعلاميين فى اللقاءات والندوات التى تتم فى هذا المجال .

- دعم الاعلام الإسلامى من خلال الهيئات والمنظمات الإسلامية لتمكينه من تبليغ كلمة الله ، والتعريف بعدالة القضايا الإسلامية والتصدي لحملات التشويش والتزييف .

- الاهتمام بالتوثيق فى مجال الاعلام الإسلامى ، ودعوة المنظمات الإسلامية لإنشاء وحدات توثيق بها لتجميع الاقتراح الفكرى فى كافة الأنشطة التى تقوم بها ، وذلك بهدف تجميع وتوثيق الإنتاج الفكرى لكل المنظمات الإسلامية منذ إنشائها والإفادة من هذا الإنتاج فى مواصلة مسيرة النهضة الفكرية الإسلامية .

- إصدار ميثاق الشرف الاعلامى الاسلامى الذى يشمل القيم والمبادئ الاسلامية التى يجب أن يلتزم بها الاعلاميون المسلمون .
فبرا-الاعمالهم .

- إصدار بطاقة إعلامية يحملها كل ملتزم من رجال الاعلام المسلمين .
- تشجيع إنشاء منظمات واتحادات دولية إسلامية جديدة فى المجالات الاعلامية التى لا يوجد بها منظمات من هذا النوع كاتحاد الناشئين المسلمين واتحاد وكالات الانباء الاسلامية لتحقيق التكامل بين أجهزة الاعلام فى العالم فى إنتاج المواد الاعلامية الاسلامية وتحقيق التعاون وتبادل الخبرات والمقومات الفنية فى مجال الانتاج الاعلامى .

- التنسيق بين خطط الاعلام المختلفة لتجنب التكرار والتعارض ولضمان التكامل والتعاون والاستخدام الأمثل للطاقت والامكانيات والمواد .

- إنشاء محطات إذاعة فى الدول الاسلامية تتناسب مع عدد السكان .

- ترقية محطات الاذاعة القائمة فى الدول الاسلامية لتساهم مع المحطات الجديدة فى تغطية العالم أجمع .

- إنشاء إرسال تليفزيونى فى الدول الاسلامية التى لا يوجد بها محطات بعد .

- إنشاء قرصين اسلامى للدول الاسلامية لاستخدامه فى تغطية العالم الاسلامى بالارسال التليفزيونى مما يمكن إدخال نظام التليفزيون العالمى فى الخطوة التالية .

- إنشاء مؤسسات طباعة ونشر حديثة لتنفيذ خطة إحياء ونشر التراث الاسلامى وطباعة الصحف العالمية الاسلامية .

- توسيع مجال المعاهد والكتليات المتخصصة فى الاعلام الاسلامى فى العالم الاسلامى ، ورفع كفاءتها وتدعيمها بالاساتذة والاجرة الكافية .

- إنشاء معاهد اعلام إسلامى جديدة فى أنحاء العالم الإسلامى لتأسيح لاسد حاجة الاعلام الإسلامى بالإعلاميين .

- إنشاء مراكز التدريب للإعلام الإسلامى والفنون المرتبطة به لرفع كفاءة العاملين فى مجال الاعلام الإسلامى ،

- إنشاء مصانع لإنتاج أجهزة الاتصال وإنتاج الخامات اللازمة لها .

- إعداد المتخصصين والفنيين فى نواحي العمل الاعلامى الفنية وذلك بالاستفادة من خريجي الكليات العلمية ومعاهد الفنون الاعلامية .

- توفير الإعلاميين الإسلاميين لتنفيذ خطط الاعلام الإسلامى من خريجي الكليات والمعاهد الإسلامية وتيتمهم لهذه الرسالة بالتدريب على أساليب الاعلام المختلفة .

- ابتعاث العدد اللازم من الاعلاميين الإسلاميين للحصول على دراسات عليا فى الهندسة الإذاعية والفنون المرتبطة بالاعلام لاسد النقص فى جهاز التعليم والتدريب فى العالم الإسلامى فى هذه التخصصات .

مصادر البحث ومراجعته

- ١ - د. إبراهيم إمام ، الاعلام والاتصال بالجمهور ، القاهرة ، الأنجلو المصرية .
- ٢ - د. إبراهيم إمام ، أصول الاعلام الإسلامى ، القاهرة ، دار الفكر العربى ، ١٩٧٧ .
- ٣ - أمينه الصاوى ، د عبد العزيز شرف ، نظرية الاعلام فى الدعوة الإسلامية ، القاهرة ، مكتبة مصر ، ١٩٧٧ م .
- ٤ - د. السيد هايمو ، إستراتيجية الاعلام العربى ، القاهرة ، الهيئة المصرية للكتاب ١٩٩٠ م .
- ٥ - د. جيهان رشتى ، الأسس العلمية لنظريات الاعلام ، القاهرة ، دار الفكر العربى ، ١٩٧٥ م .
- ٦ - د. رؤوف شلبى ، الدعوة الإسلامية فى عهدى المكي مناهجها وغاياتها ، القاهرة ، ١٩٧٤ م .
- ٧ - سعد لبيب دراسات فى العمل التليفزيونى العربى ، مركز التوثيق الاعلامى لىول الخليج بغداد ١٩٨٤ م
- ٨ - د. شاهيناز طلعت ، الدعاية والاتصال دراسة نظرية تطبيقية على الوثائق السرية البريطانية عن ثورة مصر ١٩١٩ ، القاهرة الأنجلو المصرية ١٩٨٧ م .
- ٩ - د. شعبان عبد العزيز خليفة ، الدوريات فى المكتبات ومراكز المعلومات العربى للثمن والتوزيع القاهرة ١٩٨٥ م .

- ١٠- د. عواطف عبد الرحمن ، قضايا التبعية الاعلامية والثقافية في العالم الثالث ، القاهرة دار الفكر العربي ، ١٩٨٧ م .
- ١١- د. عبد الغنى عبود ، الحضارة الإسلامية والحضارة المعاصرة القاهرة ، دار الفكر العربي ، ١٩٧٥ م .
- ١٢- د. عبد الفتاح عبد الغنى ، تكنولوجيا الاتصال والثقافة بين النظرية والتطبيق ، القاهرة ، العربي للنشر والتوزيع ، ١٩٩٠ م .
- ١٣- د. عبد اللطيف حمزة ، الاعلام في صدر الإسلام ، ط ٢ ، القاهرة دار الفكر العربي ١٩٧٨ م .
- ١٤- د. عبد الوهاب كحيل الأسس العلمية والتطبيقية للإعلام الإسلامى القاهرة ، عالم الكتب ١٩٨٥ م .
- ١٥- د. عمارة نجيب ، المدخل لدراسة الاعلام الإسلامى ، القاهرة الفاروق للطباعة ، ١٩٨٢ م .
- ١٦- د. عمارة نجيب ، الاعلام في ضوء الإسلام ، ط ١ ، الرياض ١٩٨٠ م
- ١٧- د. على السلى ، الاعلان ، القاهرة ، مكتبة غريب ، ١٩٧٧ م .
- ١٨- د. على جريشه ، نحو إعلام إسلامى ، القاهرة مكتبة وهبه ، ١٩٧٧ م .
- ١٩- د. فرج السكامل ، تأثير وسائل الاتصال الأسس النفسية والاجتماعية القاهرة ، دار الفكر العربي ، ١٩٨٥ م .
- ٢٠- محمد الهادى ، نظم المعلومات في المنظمات المعاصرة ، القاهرة ١٩٨٩ م .
- ٢١- محمد بن أبى بكر عبد القادر الرازى ، مختار الصحاح ، القاهرة بدون تاريخ .

- ٢٢- د. محي الدين عبد الحليم ، الاعلام الإسلامى وتطبيقاته العملية
القاهرة ، مكتبة الخانجي ١٩٨٠ م .
- ٢٣- د. محمد سيد محمد ، المسئولية الاعلامية فى الإسلام ، القاهرة
الخانجي ، ط ١ ، ١٩٨٣ م .
- ٢٤- محمد سيد محمد ، الاعلام والتنمية ، ط ٤ ، القاهرة ، دار الفكر
العربى ١٩٨٨ م .
- ٢٥- محمد عبد الحميد ، حرب بلا قتال ، القاهرة . الشركة المتحدة للنشر
والتوزيع ، ١٩٧١ م .
- ٢٦- محمد قطب ، واقعنا المعاصر ، السعودية ، مؤسسة المدينة للصحافة
١٤١٠ هـ ، ١٩٩٠ م .
- ٢٧- د. مصطفى المصمودى ، النظام الاعلامى الجديد ، سلسلة عالم
المعرفة ، الكويت ، ١٩٨٥ م .
- ٢٨- د. مصطفى رجب ، الاعلام التربوى فى مصر واقعة ومشكلاته ،
القاهرة الهيئة المصرية العامة للكتاب ، ١٩٨٨ م
- ٢٩- د. منير حجاب ، مبادئ الاعلام الاسلامى ، الاسكندرية ،
المطبعة المصرية ، ١٩٨٢ م .
- ٣٠- محمود كرم سليمان ، التخطيط الاعلامى فى ضوء الإسلام ، القاهرة
دار الوفاء ، ١٩٨٨ م .
- ٣١- د. محمود شريف ، نحو إعلام إسلامى عربى ، القاهرة ، دار الثقافة
للطباعة والنشر ، ١٩٨١ م .
- ٣٢- محمود علم الدين ، تكنولوجيا المعلومات وصناعة الاتصال
الجامعى القاهرة ، العربى للنشر والتوزيع ١٩٩٠ م .
- (م ١٢ - الاعلام الإسلامى)

- ٣٣- د. مرعى مدكور ، الصحافة الاخبارية والمسئولية الإسلامية
للمندوب الصحفي ، القاهرة دار الصحوة ١٩٨٨ م .
- ٣٤- د يوسف مرزوق ، مدخل إلى علم الاتصال ، القاهرة الانجلو
المصرية ، ١٩٨٦ م .
- ٣٥- د. يونس عزيز ، نظم المعلومات الحديثة ، منشورات جامعة
قار يونس ، ١٩٩٢ م .

كتب مترجمة

- ١- إدوارد بيرز وآخرون ، العلاقات العامة فن ، ترجمة حسن عبد الحميد
ووديع فلسطين القاهرة ، دار المعارف ، ١٩٥٩ م .
- ٢- بواين أترتون ، مراكز المعلومات ، تنظيمها ، وإدارتها ترجمة
حشمت قاسم ، مكتبة غريب ، ١٩٧٧ م
- ٣- وارن أجى . فليب هـ أولت - إيدوين أيمرى ، وسائل الاعلام
ترجمة ميشيل تكللا ، القاهرة ، مكتبة الوعي العربى ، ١٩٨٤ م .

بحوث ودراسات

- ١- د. إنشراح الشال ، الاعلام الاسلامى وتكنولوجيا الاتصال في
مجال التلفزيون ، بحث مقدم إلى ندوة الاعلام الاسلامى ، جامعة
الازهر ١٤١٢ هـ ، مايو ١٩٩٢ م .
- ٢- د. سعد الدين صالح ، النزعات القومية في العالم العربى ودور
الاعلام الاسلامى في مواجهتها ، بحث مقدم إلى ندوة الاعلام
الاسلامى جامعة الازهر ، ذى القعدة ١٤١٢ هـ ، مايو ١٩٩٢ م
- ٣- د عبد الله بن عبد المحسن التركي ، تحديد مفهوم الغزو الثقافى بحث

مقدم إلى ملتقى الفكر الاسلامى التاسع عشر، الجزائر، شوال ١٤٠٥، يوليه ١٩٨٥ م.

٤ - عبد المنعم ثابت، التخطيط لانتاج برامج إذاعية وتليفزيونية - قدم الدعوة الاسلامية، بحث مقدم إلى ندوة الاعلام الاسلامى، جامعة الأزهر، ذى القعدة ١٤١٢، مايو ١٩٩٢ م.

٥ - فهمى هويدى، مشكلات الصحافة الاسلامية، بحث مقدم إلى ندوة الاعلامى. جامعة الأزهر، ذى القعدة ١٤١٢، مايو ١٩٩٣ م.

٦ - د. منير حجاب ضوابط الممارسة الاعلامية للقائم بالاتصال فى حفل الاعلام الاسلامى، بحث مقدم إلى ندوة الاعلام الاسلامى، جامعة الأزهر، ذى القعدة ١٤١٢، مايو ١٩٩٢ م.

٧ - د. محي الدين عبد الحليم، الاعلام الاسلامى، الأصول - القواعد الأهداف. بحث مقدم إلى ندوة الاعلام الاسلامى ذى القعدة ١٤١٢، مايو ١٩٩٢ م.

٨ - محمد عبده يمانى، الاعلامى الاسلامى فى عصر القضاء بحث مقدم إلى ندوة الاعلام الاسلامى، جامعة الأزهر ذى القعدة ١٤١٢ هـ، مايو ١٩٩٢ م.

٩ - د. محمود عبد العاطى، ضرورة التعاون والتنسيق بين المنظمات الاسلامية فى عرض القضايا الاسلامية بحث مقدم إلى ندوة الاعلام الاسلامى، جامعة الأزهر، ذى القعدة ١٤١٢ هـ، مايو ١٩٩٠ م.

جرائد ومجلات مصرية وعربية

١ - جريدة الاهالى.

٢ - جريدة الاهرام.

- ٣ - جريدة الأحرار .
- ٤ - د الحقيقة .
- ٥ - د الجمهورية
- ٦ - مجلة الدراسات الاعلامية .
- ٧ - مجلة روز اليوسف .
- ٨ - جريدة الشعب .
- ٩ - جريدة عقيدتي .
- ١٠ - مجلة أكتوبر .
- ١١ - مجلة منار الإسلام الاماراتيه .
- ١٢ - مجلة الوعي الإسلامى الكويتية .
- ١٣ - مجلة البجامة السعودية .

• • •

فهرس الكتاب

الموضوع	الصفحة
• المقدمة •	١١
• مكونات البحث •	١٢
« الفصل الأول »	
• مفهوم الاعلام الإسلامى	١٣
• ما الاعلام	١٧
• ما الاعلام الإسلامى	١٩
• الاعلام والدعوة والدعاية	٢٣
• الدعاية والاعلام	٢٩
• الدعاية والتعليم	٣٢
• الدعاية والثقافة	٣٣
• الإعلان والدعاية	٣٨
• الدعاية والحرب النفسية	٤٠
« الفصل الثانى »	
• الاعلام الإسلامى واقعه وأهدافه	٤٧
• واقع الاعلام الإسلامى	٤٩
• الصحافة الإسلامية	٥٦
• وكالة الأنباء الإسلامية	٦٢
• منظمة إذاعات الدول الإسلامية	٦٧

الموضوع	الصفحة
* أهداف الاعلام الإسلامى	٦٩

« الفصل الثالث »

* مكونات العملية الاتصالية فى الاعلام الإسلامى	٧٥
* القائم بالاتصال فى الاعلام الإسلامى	٧٦
* الرسالة	٧٩
* الوسيلة	٨٠
* المستقبل	٨٩
* رجوع الصدى	٨٩

« الفصل الرابع »

* استراتيجية الاعلام الإسلامى	٩٣
* أهداف استراتيجية الاعلام الإسلامى	٩٨
* وسائل تحقيق الأهداف	١٠٢
* المتغيرات	١١١
* تقدم تكنولوجيا الاتصال	١١١
* البث المباشر	١١٥
* المتغير الحضارى والثقافى	١٣٤
* التعصب الأوروبى ضد الإسلام	١٤٣
* البدائل	١٤٨
* الإسلام أو العروبة	١٤٩
* الأصالة أو المعاصرة أو الدولة الدينية أو المدنية	١٥٣
* التنمية أو التبعية	١٥٩

الموضوع	الصفحة
الخاتمة	١٦٣
المقترحات والتوصيات	١٧٥
مصادر البحث ومراجعته	١٨١
* فهرس الكتاب	

الحمد لله رب العالمين

* * *

تصويب الأخطاء

الصفحة	الخطأ	الصواب
٣	وثة:نبنه	وثة:نبنه
٨	هيبه	هيبته
١١	دينه	دينه
١١	ودينهاه	دينه
٢٢	الخلق	الخلق
٢٢	أنحاء	أنحاء العالم
٢٤	للدعوة	الدعوة
٢٥	إعلام	إعلام
٢٦	بوضعهم	بوصفهم
٢٦	الندي فريزو	لندي فريزو
٢٦	د. إبراهيم	د. إبراهيم إمام
٢٧	الليادة	الليادة

الصفحة	الخطأ	المصواب
٣٣	اعلال	أغللال
٣٦	جويلز	جويلز
٣٨	الاعلام والدعاية	الاعلان والدعاية
٥٣	يبادر	يتبادر
٥٣	تسطيع	تستطيع
٥٧	الشيخ حين	الشيخ حسين
٥٧	بن باريس	بن باديس
٦٠	تعدد	تعدد
٦٣	آلهم	أماهم
٨٠	تحتوى	تحتوى
٨٤	إن الاعلام	إن وسائل الاعلام
	المقروءة	المقروءة
٨٥	والآباء	والآداب
٨٦	لبرز	ليبرز
٩٠	بالأعمال	بالاتصال
٩٣	تنقيه	تقنيه

رقم الإيداع ١٩٩٥/٤٨٧٣

الترقيم الدولى 5 - 9560 - 55 - 977 I.S.B.N.

